

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI**

**SOSYAL MEDYADA TOPLUMSAL CİNSİYET: TWİTTER
İLETİLERİNDE MAHSA AMİNİ ÖRNEĞİ**

Gölsüm TÖNGEL

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman: Doç. Dr. Handan AKYİĞİT

OCAK - 2023

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

SOSYAL MEDYADA TOPLUMSAL CİNSİYET: TWİTTER
İLETİLERİNDE MAHSA AMİNİ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Gülsüm TÖNGEL

Enstitü Anabilim Dalı: Sosyoloji

“Bu tez 23/01/2023 tarihinde online olarak savunulmuş olup aşağıdaki isimleri bulunan jüri üyeleri tarafından oybirliği ile kabul edilmiştir.”

JÜRİ ÜYESİ	KANAATİ
Doç. Dr. Handan AKYİĞİT	Başarılı
Dr. Öğr. Üyesi Yaşar SUVEREN	Başarılı
Dr. Öğr. Üyesi Meryem SERDAR	Başarılı

ETİK BEYAN FORMU

Enstitünüz tarafından Uygulama Esasları çerçevesinde alınan Benzerlik Raporuna göre yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının benzerlik oranının herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve Etik Kurul Onayı gerektiği takdirde onay belgesini aldığımı beyan ederim.

Etik kurul onay belgesine ihtiyaç var mıdır?

Evet ☐

Hayır ☒

(Etik Kurul izni gerektiren araştırmalar aşağıdaki gibidir:

- Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar,
- İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,
- İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,
- Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,
- Kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar.)

Gülsüm TÖNGEL

23/01/2023

ÖNSÖZ

Tezin ana fikrinin oluşturulmasında dijital şiddet konusunda çalışmam için beni cesaretlendiren saygı değer hocam Doç. Dr. Handan AKYİĞİT'e bana ve tezime kişisel katkılarından dolayı teşekkür ederim.

Kadına yönelik dijital şiddet araştırmamda birçok kişinin desteği ve katkısı bulunmaktadır. Öncelikle sevgili arkadaşım Salih CANBAZ'a tezimin her aşamasında bana çok destek olduğu için, tezin fizibilite kapsamında kalmamı ve bu tezi pes etmeden tamamlamamı sağlamış olmasından ötürü ve ayrıca tezin veri analiz kısmında olan katkılarından dolayı teşekkür borç bilirim.

Yazılım yoluyla verilerin çekilmesinde bana yardımcı olan sevgili Öğr. Gör. Durukan ABDÜLHAKİMOĞULLARI'na değerli vakitlerini ayırdıkları için ne kadar teşekkür etsem az.

Ayrıca, hayatıma dokunan tüm kadınlara, özellikle tanıdığım en güçlü kadınlardan bazıları olan annem ve ablama teşekkür ederim.

Tez süreci boyunca bana yardım ve desteklerini esirgemeyen sevgili nişanlım Kadir AZAL'a teşekkür ederim.

Gülsüm TÖNGEL

23/01/2023

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	iii
TABLO LİSTESİ.....	iv
ŞEKİL LİSTESİ	v
FOTOĞRAF LİSTESİ.....	vi
ÖZET	vii
ABSTRACT	viii

GİRİŞ.....	1
BÖLÜM 1: KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE	7
1.1. Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet.....	7
1.2. Şiddet ve Toplumsal Cinsiyet İlişkisi	10
1.2.1. Şiddet Kavramı.....	10
1.2.2. Şiddetin Kapsamı	11
1.3. Toplumsal Cinsiyete Dayalı Dijital Şiddet.....	14
1.3.1. Çevrimiçi Taciz.....	16
1.3.2. İntikam Pornosu	16
1.3.2.1. Mahremiyetin İhlali	17
1.3.2.2. İzleme	17
1.3.2.3. İtibar ve/veya Güvenilirliğin Zedelenmesi	17
1.3.2.4. Taciz (Çevrimdışı Tacizi İçerebilir)	18
1.3.2.5. Doğrudan Tehdit ve/veya Şiddet	18
1.3.2.6. Topluluklara Yönelik Hedefli Saldırıları.....	18
1.4. Yeni Medya ve Toplumsal Cinsiyet İlişkisi	19
1.4.1. Yeni Medyada Cinsiyetçi Söylemin Yeniden Üretimi.....	19
1.4.2. Medya Söylemlerinde Cinsiyetçiliğin Kurulması	26
1.4.3. Kurmaca Metinlerde Cinsiyetçilik	32
1.4.4. Haber Metinlerinde Cinsiyetçilik	35
1.4.5. Kadınların Yeni Medyada Yer Alış Biçimleri (Temsilleri)	41
1.5. Post Truth Çağ ve Post Truth Çağın Medya Üzerinden Üretimi.....	46
1.5.1. Post Truth Kavramı Ve Tarihçesi	46
1.6. Post Truth'un Yer Aldığı Alanlar	48

1.6.1. Teknoloji ve Dikkat Ekonomisi	48
1.6.2. Gazetecilik.....	49
1.7. Post Truth Çağın Medya Üzerinden Üretimi.....	51
BÖLÜM 2: ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ	56
2.1. Araştırmanın Yöntemi	56
2.1.1. Araştırmanın Tipi	56
2.1.2. Araştırmanın Örneklemi.....	59
2.2. Araştırmanın Veri Toplama ve Analiz Tekniği	60
2.3. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliği	61
2.4. Etik Konular	63
2.5. #MahsaAmini Etiketinin Ortaya Çıkışı.....	63
BÖLÜM 3: ARAŞTIRMANIN BULGULARI	64
3.1. İslamofobi ve Cinsiyetçilik.....	64
3.2. Kadın Bedeninin Politikleştirilmesi, Özgürleşme/Laiklik	67
3.3. Paylaşımlarda Cinsiyetçi Eril Dilin Üretimi.....	71
3.4. Post-Truth Üretimin Nesnesi Olarak Cinsiyetçilik, Korku Siyaseti ve Korku Kültürü.....	75
3.5. “Günah Keçisi” Olarak Kadın Bedeni, Etnik ve Dini Kimlik Temelli Cinsiyetçilik.....	79
3.6. Post- Truth Siyaset Göstergesi Olarak Cinsiyetçilik ve Kadın Düşmanlığı	80
SONUÇ	83
KAYNAKÇA.....	89
ÖZGEÇMİŞ	98

KISALTMALAR

3D	: Üç Boyutlu
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
GPS	: Global Positioning System
HTML	: Hypertext Markup Language (Hiper Metin İşaretleme)
LGBT	: Lezbiyen, Gey, Biseksüel, Transeksüel/ Travesti
ÖRN	: Örneğin
SMS	: Kısa Mesaj Servisi
T.C.	: Türkiye Cumhuriyeti
TDK	: Türk Dil Kurumu
TV	: Televizyon
VB	: Ve Benzeri
VD	: Ve Diğerleri
VR	: Virtual Reality (Sanal Gerçeklik
WHO	: Dünya Sağlık Örgütü

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Geçerlilik, Güvenilirlik ve Nitel Araştırmalarda Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi.....	62
--	----



ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: İslamofobi ve Cinsiyetçilik Temasının Kod İlişkilerini Gösteren Harita	64
Şekil 2: Kadın Bedeninin Politikleştirilmesi, Özgürleşme/Laiklik Kod İlişkilerini Gösteren Harita	67
Şekil 3: Paylaşımlarda Cinsiyetçi Eril Dilin Üretimi Kod İlişkilerini Gösteren Harita .	71
Şekil 4: Post-Truth Üretimin Nesnesi Olarak Cinsiyetçilik: Korku Siyaseti ve Korku Kültürü Kod İlişkilerini Gösteren Harita	75
Şekil 5: “Günah Keçisi” Olarak Kadın Bedeni, Etnik ve Dini Kimlik Temelli Cinsiyetçilik Kod İlişkilerini Gösteren Harita	79
Şekil 6: Post- Truth Siyaset Göstergesi Olarak Cinsiyetçilik ve Kadın Düşmanlığı Kod İlişkilerini Gösteren Harita	80

FOTOĞRAF LİSTESİ

Fotoğraf 1: Şiddetin Dijital Ortama Yansıması	13
Fotoğraf 2: Mahsa Amini Saçlarının Siyasi Simgesi	82



ÖZET	
Başlık: Sosyal Medyada Toplumsal Cinsiyet: Twitter İletilerinde Mahsa Amini Örneği	
Yazar: Gülsüm TÖNGEL	
Danışman: Doç. Dr. Handan AKYİĞİT	
Kabul Tarihi: 23/01/2023	Sayfa Sayısı: viii (ön kısım) + 98 (ana kısım)
Post-truth kavramı, bireylerin sosyo-kültürel çevre unsurlarından etkilenen, kişinin kendi öznel gerçekliği bağlamında nesnel dünyayı anlama ve yorumlama biçimi olarak ifade edilmektedir. Post-truth dönem, sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte günümüzün en çok tartışılan konularından biri haline gelmiştir. Çünkü günümüzde sosyal medya bireyler için en önemli iletişim ve bilgi ağıdır. Kullanıcıların düşüncelerini rahatlıkla paylaşabildikleri, kendilerini ifade etme fırsatı buldukları bu platformlar, cinsiyete dayalı cinsiyetçi bir söylemi pekiştirirken, kullanılan dil de kadın düşmanlığını körükleyen cinsiyetçi bir üsluba göndermeler içermektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı İran’da Mahsa Amini olayları olarak bilinen olaylarla ilgili atılan toplumsal cinsiyet konulu Tweetlerin post-truth çerçevesinde analiz edilmesidir. Bu çalışmada, kadına yönelik şiddet söylemi ve toplumsal cinsiyet eşitsizliği Twitter’den elde edilen veriler doğrultusunda hakikat sonrası bağlamlar ve yapısal mistifikasyonlar analiz edilmiştir. Araştırmanın ilk bölümünde toplumsal cinsiyet ve sosyal medyadaki boyutuyla ilgili literatür ele alınmıştır ve post-truthla ilgili literatür tanıtıldıktan sonra ikinci bölümde araştırmanın metodunun kurgulanması sunulmuştur. Son bölümde ise araştırma bulgularına yer verilmiştir. Bulgular kapsamında MAXQDA 2020 yazılımından yararlanılarak İslamofobi ve Cinsiyetçilik, Kadın Bedeninin Politikleştirilmesi: Özgürleşme/Laiklik, Paylaşımlarda Cinsiyetçi Eril Dilin Üretimi, Post-truth Üretimin Nesnesi Olarak Cinsiyetçilik, “Günah Keçisi” Olarak Kadın Bedeni: Etnik ve Dini Temelli Cinsiyetçilik ve Post- Truth Siyaset Göstergesi Olarak Cinsiyetçilik ve Kadın Düşmanlığı temaları ortaya çıkmıştır.	
Anahtar Kelimeler: Toplumsal Cinsiyet Eşitliği, Hakikat-Sonrası, Sosyal Medya, Şiddet, Mahsa Amini	

ABSTRACT	
Title of Thesis: Gender on the Social Media: The Sample of Mahsa Amini in Tweets	
Author of Thesis: Gülsüm TÖNGEL	
Supervisor: Assoc. Prof. Handan AKYİĞİT	
Accepted Date: 23/01/2023	Number of Pages: viii (pre text) + 98 (main body)
The concept of post-truth is expressed as the way of understanding and interpreting the objective world in the context of one's own subjective reality, which is influenced by the socio-cultural environmental elements. Today, the post-truth era has become a heatedly debated topic thanks to the with the widespread of social media. In addition, today social media is the most important communication and information network for individuals. While these platforms, where users can easily share their thoughts and find the opportunity to express themselves, reinforce a sexist discourse based on gender, the language used includes references to a sexist style that fuels misogyny. Thus, the aim of the study is to analyze the tweets about gender on the events known as Mahsa Amini incidents in Iran within the framework of post-truth. In this study, the discourse of violence against women and gender inequality, post-truth contexts and structural mystifications were analyzed in line with the data obtained from Twitter. In the first part of the study, we discussed the literature on gender and its dimensions in social media then we presented the construction of the research method in the second part. In the last chapter, the research findings are given. Within the scope of the findings, using the MAXQDA 2020 software, following themes emerged: Islamophobia and Sexism, Politicization of the Female Body: Liberation/Secularism, Production of Sexist Masculine Language in Sharing, Sexism as the Object of Post-truth Production, The Female Body as a "Scapegoat": Ethnic and Religious Sexism, and Sexism and Misogyny as a Post-Truth Political Indicator.	
Keywords: Gender Equality, Post-truth, Social Media, Violence, Mahsa Amini	

GİRİŞ

Geçmişten günümüze kadar topluma yön verme gücüne sahip olan medya, kültürel alışverişi kolaylaştırırken düşünce ve kanaatleri yönlendirerek değiştirme açısından da önemli bir odak konumundadır. Medya, bireylerin sosyalleşmesi için bir ayna görevi görmektedir. Toplumun oluşturduğu normların öğrenilmesinde ve bu normlar sonucunda oluşan kimliklerin meydana gelmesinde önemli bir role sahip olmaktadır. Toplumsal cinsiyet rolleri, medya aracılığıyla insanlara bilgi ve görüntü getirerek öğrenmeyi hızlandırmakta ve kolaylaştırmaktadır. Bu platformlarda kullanılan dil doğal fizyolojik farklılıkların ötesinde daha çok yapay ayrımcılığı ve cinsiyet eşitsizliği temaları altında bir takım sorumluları da beraberinde getirmektedir. Bu sorunların temel noktalarından biri de kültürün cinsiyetlere biçtiği roller ve bu rollerin oluşturduğu kitle iletişim araçları oluşturmaktadır.

Kitle iletişim araçlarında kadınlara ve erkeklere yönelik cinsiyetçi konuşmaları yeniden üreten günlük kanallar oluşturulur. Böylelikle toplumun değer ve standartlarının yeniden üretilmesini teşvik eder ve topluma da defalarca aktarılmasına neden olur. Kadın ve erkek arasındaki eşitsizliği pekiştiren medya, kadına yönelik şiddetin kabul edilmesinde ve meşrulaştırılmasında önemli bir role sahip olmaktadır. Medyada sunulan bilgiler sonucunda eşitsizlik normal kabul edilmektedir (Wood, 2009: 56). Böylelikle günümüzde erkek egemen söylemin medya aracılığıyla yeniden üretilerek devam ettirildiği söylenebilir. Özetle cinsiyetçi medyanın pekiştirici rolü, çok cinsiyetçi bir toplumsal mirası, cinsiyetçi kalıp yargıları, cinsiyetçi davranış kılavuzlarını, cümle yapıları ve dil aracılığıyla yeniden üretir ve böylelikle cinsiyetçi söylemler medyada tekrar tekrar kullanılır (Alankuş, 2009: 152).

Kitle iletişim araçları tarafından pekiştirilen ve meşrulaştırılan kadın düşmanlığı kadınların güç ve karar alma mekanizmalarını sınırlandırarak kadını aşağı konuma itmektedir (Suveren, 2022: 20). Kitle iletişim araçlarında kadınların temsil edilişi erkeklere oranla daha az görünür olmakla birlikte bu temsillerin de sorunlu olduğu aşikârdır. Cinsiyet eşitsizliğini besleyen medya hegemonik erkekliğin inşasında da önemli rol oynamaktadır. Alankuş (2012: 32)'a göre medya 'fallusmerkezli' olmaktadır. Bu kavram kadının kimliğini tanımlar ve günlük hayatta yer alışı biçimlerini erkeğin temsil anlayışına göre kadınlar üzerinde kurmuş olduğu tahakkümü anlatan

eleştirel bir kavramdır. Medyanın kadın temsilleri ataerkil düzene uygundur. Medya kadını meta ürünü olarak sunar. Kadınlar haberlerde, reklamlarda, filmlerde, dizilerde cisimleştirilmekte ve erkeklere göre daha aşağı konumlarda yer almaktadırlar. Seyirlik bir nesne, edilgen bir malzeme olarak sunulmaktadırlar. Kadınlar medyada ezilen, taciz edilen, öldürülen, ihanete uğrayan ve toplumda yer bulamayan bireyler olarak temsil edilmektedir (Yeniçeri, 2019: 60). Böylece kadınları metalaştıran, kimliklerinden yoksun bırakan, toplumda ikincil konuma yerleştiren medya, tüketim nesnesi olarak görülen kadınların haklarını ihlal etmekte, şiddeti meşrulaştırmakta ve gündelik bir olgu haline getirmekte, ayrımcı dili teşvik etmektedir (Butler, 1980: 145).

Peki günümüzde cinsiyetçi söylemlerin durumu ve tezahürü nedir? Bunların nasıl farkında olabiliriz? Açık bir şekilde kadına yönelik şiddet devam ederken, birçok durumda kadına yönelik şiddet gizlenebilir veya örtülü bir şekilde ifade edilebilir olmaktadır. Dolayısıyla açık bir şekilde kadına yönelik yapılan şiddet çok önemli bir konu olmaya devam ederken, gizli veya örtülü olarak yapılan kadına yönelik şiddet de önemli olmaktadır. Kadına yönelik şiddet dolayısıyla artık hayatımızın bir parçası olan dijital ortamlar olmak üzere pek çok alanda teşhir edilmektedir (Suveren, 2022: 20)

1990'lı yılların gelişmesi ile web tabanlı Web 2.0 uygulamasının bireysel katılıma açılması ve internet teknolojisinin gelişmesinden bu yana sosyal medyanın koşulları da evrilmiştir (Fuchs, 2014: 20). Bireyler kendi ürettikleri düşünceleri, başkalarının üretmiş olduğu düşünceleri ya da toplu halde üretilmiş olan içerikler üzerinden kurumsal ve ya ticari bir bağlama bağlı olmaksızın gerçekleştirebilmektedirler. Böylelikle veri havuzu genişlemekte ve bilgi birikimi içerisinde uzmanlaşma bütünüyle artık görülemeyecek derinliklere gömülmeye başlamıştır. Bundan böyle büyük anlatılar inşa etmeye gerek yoktur (Büyükbakkal, 2020: 53). Kişiler tek başına artık uslamlama yoluyla hiçbir şekilde doğruyu ya da yanlışı bulamaz durumuna gelmiştir. Elindeki bilgi genişledikçe gerekli olan tüm veriye hâkim olabilmenin çok dışında kalmışlardır. Böylece bireyler uslamlamaya hiçbir konuda başvuramaz hale dönüşmüşlerdir (Dingin, 2020: 53-72). Her konu için o konuda uzman birine güvenmek zorunda kalmışlardır. Buna karşılık, aynı konuda uzmanların farklı görüşleri, bireylerin güvenebilecekleri makul bir pozisyon alamamalarına neden olmuştur. Böyle bir evrende yakın kimliklerine güvenerek postmodern çağın aşırılıklarını takip edememişler, yakın tanıdıklarına dayanarak iradelerini kullanmışlardır.

Böyle bir evrende gerçeklik erişilebilir bir mevki midir? sorusu gündeme gelmeye başlamıştır. Bu tartışma “gerçekliğin uygun bir hakikat üretilme yetisinin sorgulanmasından, gerçekliğin var olup olmadığına” (Köktürk, 2020: 37) kadar uzanan bir mesele olmuştur. Post modern birey bütünüyle köksüz kalmıştır. “Bu yeni ortamda gerçekler ve hakikat, yerini sonsuza kadar uzanan yorumlara bırakmıştır” (Baç, 2020: 19). Böylesine köksüz kalınmış bir ortamda internetin de gelişmesiyle birlikte her veri birkaç tuş ötede kalmıştır. İnternet aracılığıyla herkes istediği şekilde, istediği konuda, istediği gönderiyi bir bilgiymiş gibi dolaşıma sokabilme yetisine sahip olmuştur. Bu, doğru olan veriye ulaşmanın da önünde bir takım sorunlar ortaya çıkarmıştır. Çünkü internet üzerinden paylaşılan içeriklerin büyük bir kaynağı anonim ve bot hesaplar aracılığıyla da tek bir merkeze bağlı olmaksızın gerçekleşmekte, bu da denetimi zorlaştırmaktadır (Pavlik, 2013: 96).

Araştırmanın Konusu

Sosyal medyada yer alan paylaşımların denetlenmesi oldukça zor olması ve kullanıcıların kimliğini gizleme imkânı negatif içerik üretimini kolaylaştırmakta ve insanların günlük hayattaki kullandığı dilin farklılaşmasını kolaylaştırıp iç rahatlığı vermektedir. Dolayısıyla post-gerçek dönem olarak adlandırılan bu dönemdeki bireyler, sosyo-kültürel çevre faktörlerinden etkilenmekte ve dünyayı kendi öznel gerçeklikleri bağlamında anlama ve yorumlama biçimine sahiptirler. Günümüzde sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte hakikat sonrası dönemden bahsedilmeye başlanmıştır. Çünkü iletişim ağı ve bireylerin bilgi ağını artık sosyal medya oluşturmaktadır. Sosyal medya içerik üretimi diğer kullanıcılar tarafından paylaşılabılır, beğenilebilir veya yorum yapılabilir. Bu özelliklere sahip sosyal medya platformları, ifade özgürlüğünün sınırlarını aşmakta ve özellikle cinsiyetçi söylemler üreterek kadına yönelik şiddetin önünü açan cinsiyetçi söylemlerin kitlesel olarak yayılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu gibi platformlar toplumsal cinsiyet söylemini pekiştirmekte ve bu forumlarda kullanılan dil, kadınları hedef alan, kadın erkek eşitsizliğini teşvik eden, kadın bedenini tehdit eden, aşağılayan, nesneleştiren ve değerini düşüren cinsiyetçi bir tona sahip referanslar içermektedir. Böylece sosyal medyada kadına yönelik şiddet ve toplumsal cinsiyet eşitsizliği tartışmaları etrafında hakikat-sonrası bağlamlar inşa edilmekte ve dijital şiddet olgusu yaygınlaşmaktadır.

Bu çalışma, kadına yönelik şiddet ve toplumsal cinsiyet eşitsizliği söylemini, başta Twitter olmak üzere içerik analizi kullanarak ele almakta ve gerçeklik ötesi bağlamları ve yapısal mistifikasyonları analiz etmektedir. İçerik analizinin temel amacı, dijital şiddetin kadın ve toplumsal cinsiyet bağlamında nasıl bir gerçeklik ötesi yarattığını anlamaktır. Böylece sosyal medya aracılığıyla ortaya çıkan kadına yönelik şiddetin aslında nasıl bir gerçeklik ötesi inşa ettiğini ortaya koymaktır. Son zamanlarda, sosyal ağlarda kadına yönelik şiddet hakkında giderek daha fazla konuşma yapılmaktadır. Bu paylaşımların toplumsal tabanı nasıl yansıttığı konusunda bir tartışma ise yoktur. Bu tezin amacı, sosyal medyanın katkısını incelemek ve bu mesajların “dijital şiddetin” görünmeyen etkilerini nasıl ortaya çıkardığını analiz etmektir. Bu anlamda çalışmanın örnek araştırma alanı ve konusunun literatürde önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

Araştırmanın Amacı

Türkiye’de dijital aktivizmin önemli örneklerinden biri olan #mahsaamini hareketinin ele alınacağı çalışmamız da içerik analizi yöntemi ile incelenecektir. Bu çalışmanın amacı, sosyal medya platformlarından biri olan Twitter’da oluşturulan ve paylaşılan kullanıcı kaynaklı içeriklerde anlam oluşturma etkinliğinin cinsiyetçi yönlerinin olup olmadığını araştırmaktır. Bu amaçla, sosyal medya ortamında bir mikroblog hizmeti olan Twitter’da 140 karakter sınırına kadar görüş bildirmeye izin veren tweet’ler araştırılacak ve Twitter’da cinsiyetçi söylemi teşvik eden söylem pratikleri bulunmaya çalışılacaktır.

Bu çalışmanın amacı, elde edilen bilgileri genellemek değildir. Daha ziyade, alınan bilgiyi açıklamak, anlamak ve yorumlamakla ilgilidir. Yorumlama sonucunda tespit edilen sorunlara çözüm yolları aramaktır. Bu nedenle, sosyal medyada kadınlara karşı üretilen cinsiyetçi anlamsal saplantıları bastırmak ve karşıt eşitlikçi anlatıları güçlendirmeyi amaçlayan bu çalışmanın, literatüre katkı sağlaması umulmaktadır.

Twitter kullanıcılarının, Mahsa Amini’nin ölümü üzerine getirdikleri yorumların geleneksel toplumsal cinsiyet kodlarını içerip içermediğini, hangi bağlamlarda ve hangi kavramlarla değerlendirildiği, paylaşılan gönderilerin kendi içlerinde ne gibi farklı anlam kalıpları barındırdığının araştırılması bu tezin problemini oluşturmaktadır. Bu çalışma, geleneksel medyadan yapı olarak farklılık gösterse de, toplumsal cinsiyet

rollerinin ele alındığını ve bu tartışmalar sırasında cinsiyetçi söylemi meşrulaştıran ataerkil cinsiyetçi ideolojilerin değerinin dijital ortamda da benzer şekilde üretildiğini destekler niteliklerde olduğu varsayımına dayandırılmaktadır.

Araştırmanın amacına bağlı olarak aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

1. Gerçeklik ötesi çağda (post- truth) kadın düşmanlığı sosyal medya aracılığıyla nasıl üretilmektedir?
2. Sosyal medyada kadın düşmanlığının durumu ve görünüşleri nelerdir?
3. Dijital şiddetin görünmeyen etkileri cinsiyetçi bir söylem aracılığıyla nasıl üretilmektedir?
4. Yeni medya ortamı toplumsal cinsiyete dayalı eşitsizliklerin üretiminde nasıl etkilidir?
5. Dijital medya, geleneksel toplumsal cinsiyet rollerinin dayatıldığı ve dolayısıyla çoğaltıldığı bir alan mıdır?

Araştırmanın Önemi

Son zamanlarda sosyal medya aracılığıyla kadına yönelik şiddet olgusuna dair paylaşımlar ve tartışmalar gittikçe artmaktadır. Bu paylaşımların toplumsal tabanda nasıl bir yansıması olduğu tartışılmamaktadır. Yapılacak bu tez çalışmasında sosyal medyada yer alan paylaşımların içerik analizine bağlı olarak irdeleneceği bu tez çalışmasında bu paylaşımların görünmeyen etkisi olan “dijital şiddet”i nasıl açığa çıkarttığı hedeflenmektedir. Bu anlamıyla çalışmanın örneklem alanı ve konusu literatürde önemli bir eksikliği dolduracaktır. Türkiye’de #mahsaamini hashtag’inin medyaya nasıl yansıdığını görmek kadar, insanların kişisel düşüncelerini anlamak ve değişimin bu konudaki dijital aktivizm üzerinden nasıl algılandığını görmek açısından da önemlidir.

İmza platformları, hashtag çalışmaları vb, dijital aktivizmin neler sunduğunu göstermek, dijital aktivizm ile kamuoyu oluşturmak ve Türkiye’de sosyal medya platformlarının, ifade özgürlüğünün sınırlarını aştığını ve özellikle cinsiyetçi söylemler üreterek kadına yönelik şiddetin önünü açan cinsiyetçi söylemlerin kitlesel olarak yayılmasında önemli bir rol oynadığını göstermek açısından örnek olacak nitelikte bir analizdir.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada nitel araştırma yöntem teknikleri arasında yer alan içerik analizi aracılığıyla sosyal medya aracılığıyla kadına yönelik şiddet olgusu üzerinden nasıl bir simülasyon yaratıldığı, şiddet unsurunun içeriğinden kopararak politize edildiği hatta eğlence unsuruna dönüştürüldüğü analiz edilecektir. Böylelikle “şiddetin, tahakkümün, tacizin ve hiyerarşik bir toplumsal yapının temel kaynağı toplumsal cinsiyet özeline indirgenen ataerkillik midir?” sorusu tartışılacaktır. Çünkü sosyal medya aracılığıyla toplumsal cinsiyet eşitliği temelinde geliştirilen evrensel insan hakları, adalet ve özgürlük temalı söylemlerde yeniden inşa edilmeye çalışılan mekânlarda, sosyo-kültürel ve ekonomik alanda hatta duygularda bile “ötekileştirici” yeni bir dil üretilmektedir. Dolayısıyla toplumsal cinsiyet söylemi sosyal medya üzerinden yeniden kurgulanan özneyi ele alırken kimleri nasıl konumlandığına ve nasıl kaba bir post truth gerçeklik ötesi yaratmaya çalıştığına odaklanmak önemlidir. Bu anlamıyla çalışmanın konusu literatürde önemli bir eksikliği dolduracağı gibi son zamanlarda sıkça tartışma konusu olan kavramların yeniden sorgulanmasını sağlayacaktır.

Bu çalışmanın saha araştırması nüfusa dayalı değil dijital medya özelinde sosyal medya hesabı olan twitter kullanıcıların paylaşımlarında yer alan yansımalarına bakılarak tasarlanacaktır. Böylece kişilerle birebir iletişim kurmak yerine Maxqda ile alınan tweetler üzerinden içerik analizi tekniğiyle paylaşımlar analiz edilecektir. Bu araştırma yöntemlerinin uygulanmasında nitel bir araştırmaya karşılık gelen amaçlı bir örneklem kullanılmıştır. Paylaşılan tweetlere 16 Eylül 2022 tarihinden 27 Ekim 2022 tarihi içerisinde açık olarak kullanılan hesaplardan erişilmiştir. Araştırmada katılımcıların adları gizlenmiş ve gönderilen Tweetlerin orijinal halleri paylaşılmadan aktarılmaya çalışılmıştır. Bu araştırmada nitel bir araştırmaya karşılık gelen amaçlı bir örneklem kullanılmıştır. Çünkü amaçlı örneklem nicel araştırmalarda olasılık örneklemesinde olduğu gibi, belirli bir sayıdan ziyade veri açısından zengin bir grubu seçer (Patton, 2014: 2). Dolayısıyla çalışmamızda amacımız genellemeye ulaşmaktan çok zengin veri elde etmek olduğu için buna uygun verileri toplamaya yönelik amaç belirleyen amaçlı örneklem tekniği tercih edilmiştir.

BÖLÜM 1: KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet

Toplumsal cinsiyet ve cinsiyetçilik kavramlarının ayrımının tarihi oldukça yenidir. İnsanoğlu yüzyıllar boyunca bireyin cinsiyeti ile biyolojik cinsiyeti kavramlarını bir arada veya birbirlerinin yerine rahatlıkla kullanmışlardır. Tarih boyunca bu iki farklı boyutun bir arada kullanılması ise bir problem olarak görülmemiştir. Gündelik hayatta sıklıkla kullanılan kadın ve erkek kavramları bir belirsizlik ve karmaşaya sahip olabilmektedir. Buna bir örnek verecek olursak trafikte ilerlerken polis memurunun sizi durdurup yanınızda bulunan çocuğun kim olduğunu sorduğunda sizin verdiğiniz cevap ‘o benim kızım, ama ben onun babası değilim’ şeklinde olur. O halde şoför, çocuğun nesi olmaktadır? Bu sorunun cevabı aslında sandığımız kadar kolay olmayabilir. Çünkü burada şoför erkek olarak düşünülmektedir. Hâlbuki buradaki şoför, kadındır ve çocuğun annesidir. Karışıklık tam da bu noktada meydana gelmektedir. Karışıklığın sebebi ise cinsiyet ile ilgili bir durumdur. Fakat söz konusu olan cinsiyet ise biyolojik anlamda değil, toplumun ve kültürün biçtiği rollere bağlı olarak kabul görmüş cinsiyettir. Toplumda mevcut durumda şoför denildiğinde bu kişinin cinsiyetinin genellikle erkek düşünülmesi söz konusu karmaşaya sebebiyet vermektedir (Vatandaş, 2020: 753).

Dolayısıyla toplumsal cinsiyetin anlam ve işlev kazanan iki farklı boyutu vardır. Biri biyolojik (sex) diğeri ise sosyal (gender) anlamlardır. İngilizcede kullanılan sex terimi, Türkçedeki cinsiyete karşılık gelmektedir. Başka bir deyişle, biyolojik cinsiyet her kadın ve erkek için geçerli olmaktadır (Onay, 2021: 32). Direk’e göre toplumsal cinsiyet “bireye üreme işinde açık bir rol veren ve erkek ve kadın, cinsiyet ayrımını yapan bir yaratılış özelliği” olarak tanımlanmıştır (Direk, 2007: 30). Cinsiyet ise birçok etkene bağlı olarak toplum tarafından yaratılan bir sorun olarak görülmüştür. “Gender” olarak kullanılan İngilizce terimin Türkçe karşılığı cinsiyet olarak kabul edilmiştir (Akçay, 2011: 39). Robert J. Staller seks kelimesini ilk olarak Sex and Gender (1968) adlı kitabında kullanmaktadır. Ann Oakley bu kavramı sosyolojiye taşımış ve sosyolojinin temel tartışma konuları arasına dâhil etmiştir (akt. Marshall, 1999: 98). Oakley’in toplumsal cinsiyet kavramı ‘farklılık’ üzerinden yorumlanmıştır. Ona göre cinsiyet dişi ve eril arasındaki ‘biyolojik farklılıklardan’ meydana gelirken bu fark da ‘cinsel organla’

görünür olmaktadır. Ancak toplumsal cinsiyet toplumda kabul görmüş ve bireylerden beklenen egemen fikirlerin yansımalarının sonucudur. Oakley'in çalışmaları cinsiyet farklılıklarında değişiklikler yapıp yapılamayacağına dair tartışmaların yapıldığı, cinsiyet ve kişilik konularına yer verildiği ve toplumsal cinsiyet rollerinin nasıl öğrenildiğini anlatan bir çalışma olmuştur. "Cinsiyet analizler için yeterli sonuçlar vermemektir" diyen Oakley çalışmalarında toplumsal cinsiyet kavramını farklılıklar üzerindeki toplumsal nitelikleri anlamak için daha fazla kullanmıştır (Oakley, 1972'den akt. Marshall, 1999: 98).

Birey doğar doğmaz biyolojik cinsiyetine bağlı olarak yaşadığı toplumda bir kimlik ve yaşam evrenine dâhil edilmektedir (Vatandaş, 2020: 747). Topluma ve kültüre göre anlam kazanan kimlik belirli şeyleri tercih etmeye zorlanmaktadır. Burada toplumsal ve kültürel roller belirlenmektedir. Böylelikle toplumun uygun gördüğü beklentiler anlam kazanmaktadır. Dolayısıyla toplumsal cinsiyet bu beklentilere göre inşa edilir ve cinsiyet de zamanla bu doğrultuda değişim göstermeye başlar. Kadın ve erkek sahip olduğu cinsiyetten kaynaklı olarak birçok toplumda farklı biçimlerde betimlenmektedir (Atay, 2012: 129). Erkekler fiziksel güçleriyle eşleştirilirken kadınlar ise karakter yapısı olarak anne olmakla öne çıkarılmışlardır. Söz konusu beklentiler insanın doğuştan elde ettiği biyolojik cinsiyete dayandırılarak farklılaşsa da aslında bu beklentiler toplumsal ve kültürel değerlerle anlam kazanarak şekillenmiş ve daha çok ataerkil toplum yapısına bağlı olduğuna dair görüş ortaya atılmıştır.

Sanayi Devrimi ile birlikte söz konusu ayrımcılık bu verilerden sonra derinleşmiş ve kadınları dezavantajlı duruma getirmiştir (Sancar, 2009: 9). Ataerk kuramcılar Sanayi Devrimiyle birlikte değişen sistemler ve biçimlerin olduğuna dikkat çekerek toplumsal cinsiyet eşitsizliğine dair yaklaşımlar öne sürmüşlerdir. Ataerk kuramcılar kadınların tabiiyeti üzerine yoğunlaşarak kadının varlığının erk sistemin dişil olanın üzerinde egemenlik kurma yetkisi ile açıklamışlardır.

Simone de Beauvoir (1999: 10) "kadın doğulmaz, kadın olunur" ifadesiyle cinsiyetin, sosyalleşme yoluyla öğrenildiğinin altını çizmektedir. Beauvoir'ın cümlesi paradigmatic bir öneme sahiptir. Cinsiyet doğaya bağlı değildir, birçok faktörün sonucudur. Cinsiyet bireylerin kimliklerle büyüdüğü kültür aracılığıyla birlikte elde edilmektedir. Bireyler erkeklik ve kadınlığı öğrenme sürecine çocukluktan itibaren

başlamaktadır. Beauvoir, cinsiyetin doğuştan gelen bir durum olduğunu reddeder ve cinsiyetin her zaman sosyal olarak inşa edildiğini ve çocuk doğmadan önce ona verildiğini belirtir. Beauvoir'a göre aslında kadına yüklenen cinsiyet tanımlamaları toplumsal cinsiyet olarak işaretlenmiştir. Çünkü ona göre erkekler tarafından kodlanmış bir toplum vardır ve bu toplumda evrensel olan birey zaten erildir. Kadın erkeğin ötekisi olarak kurgulanmaktadır. Eril olan kişinin toplumsal cinsiyet olarak işaretlenmesine gerek bulunmamaktadır (de Beauvoir, 1946: 13). Yani kadınların cinsiyeti kültürel olarak tanımlanırken, erkeklerde ise “bedeninden çıkabilmiş evrensel kişi olarak ifade edilmektedir.” (Butler, 2008: 55-56).

Hetenormatif toplumsal düzen içerisinde erkeklik ve kadınlık rolleri değişken toplumsal davranışlarla cinsiyetlendirilmiştir. Bireyler beklentileri yerine getirmek zorundadırlar (Çelebi, 1990: 157). Bu beklentiler, kimliğimizi oluşturan aile hayatı, sosyal çevre, ekonomik ve kültürel yapılar vb. farklı birçok bileşenle birleşip şekillenerek kimlik haline dönüşmektedir (Sönmez, 2022: 397). Toplumsal cinsiyet algısının dayattığı yargılara uymayanlar ise toplum tarafından dışlanmakta ya da eleştirilere maruz kalmakta, kınanarak topluma bir şekilde uydurulmaya çalışılmaktadır. Yaşam boyu bireylere ideal kadın ve erkek olma rolleri dayatılmaktadır. Dolayısıyla biyolojik cinsiyete dayalı bireysel özellikler, toplumun toplumsal cinsiyet algısı ile şekillenmektedir. Böylelikle toplumsal cinsiyet algısında toplumun nasıl yaşadığının da izlerini bulabiliriz.

Genel olarak bakıldığında, erkek ve kadın kimliklerinin oluşum nedenleri veya bu kimliklere yüklenen farklı anlamlar, doğal sebeplerden veya biyolojik farklılıklardan kaynaklanmamakta, yapılan sosyal ve kültürel temsillerin sonuçlarına dayanmaktadır. Cinsiyet, dişil ve eril ikilikler yaratarak bir 'kılık kıyafeti' giymektedir (Bauman, 2011: 26). Bu ikilikler ile kendi sınırlarını ve eylem alanlarını tanımlamaktadır. Bunu yapmak, bireysel dualitedeki benzerliklerin ve cinsiyet farklılıklarının bastırılmasını sağlamaktadır. Bu nedenle erkek ve dişiler arasındaki doğal benzerlikler göz ardı edilmektedir. Böylece feminen ve eril roller net bir şekilde ayrılmıştır (Connel, 1998: 127).

1.2. Şiddet ve Toplumsal Cinsiyet İlişkisi

1.2.1. Şiddet Kavramı

Şiddet, insan varlığıyla birlikte yaşamın bir parçası olarak çeşitli biçimlerde devam etmiştir. Şiddet genellikle birine fiziksel veya zihinsel zarar vermek anlamına gelmektedir. Şiddet, ilk anlamıyla barış karşıtı bir kavramdır. Barışı bozar ve anlaşmazlıklar yaratır. İkinci anlamı ise haddini aşan, hiçbir ölçüt ve kural tanımayan bir kaba kuvvet biçimidir. Yıldırım tarafından; duygu ve davranışta kaba kuvvet ve aşırılık kullanımı olarak tanımlanan şiddet, modern dünya ile birlikte çeşitli tanımlamaların biçim değiştirerek kendini tekrar etmesidir (Yıldırım, 2019: 85).

Şiddet yayıldıkça, tanımını yapmak ve çerçevelemek, dünyayı anlamak kadar zorlaşır (Benjamin, 2010: 20). Bu nedenle, günümüz bağlamında şiddetin geleneksel tanımları yeterli değildir. Yapılan tanımlar şiddet kelimesinin anlamıyla tam olarak uyuşmamaktadır. Fiziksel, psikolojik, cinsel ve sözlü şiddeti dönüştürme, yeniden üretme ve yeniden tanımlama sürecinde, şiddet kavramını sadece fiziksel bütünlüğe saldırı olarak düşünürsek yetersiz sonuçlara varırız. En geniş anlamıyla şiddet; kasıtlı fiziksel şiddet veya şiddet tehdidi, maruz kalan kişilerde fiili veya potansiyel yaralanma, ölüm ve psikolojik zarara neden olabilir (WHO, 2016: 16).

İnsanlık tarihinin varoluşundan bu yana çeşitli biçimlerde toplumsal bir sorun olarak yeniden ortaya çıkan şiddet, tarihsel süreçler ve insani gelişim yoluyla sürekli olarak yeniden tanımlanabilen ve değiştirilebilen bir kavram haline gelmiştir. Geleneksel şiddet tanımları, öldürme, yaralama, dövme ve tecavüz gibi somut sonuçları olan fiziksel eylemlerle sınırlı görüntüler yaratmaktadır (Yıldırım, 2019: 15). Ancak şiddet kavramının değişen güç ilişkileri ve hegemonya ile birlikte ele alınması gerekmektedir.

Doğuştan ya da toplumsal koşullardan kaynaklanan, her zaman var olan ve var olmaya devam edecek olan şiddetin nedenini birbirine bağlayan farklı görüşler olsa da, daha doğru olan görüş, şiddet davranışında toplumsal süreçlerin daha etkili olduğudur. Bu bakış açısına göre yapılan tanımlar şiddeti, toplumun yarattığı, doğası gereği toplumu etkileyen bir davranış biçimi olarak tanımlamaktadır (Yıldırım, 2019: 16). Şiddet kavramı en genel anlamıyla “yasaları çiğnemek, insanlara zarar vermek, hakaret etmek, küçük düşürmek, huzur ve sükuneti bozmak; birinin haklarını ihlal etmek, istismar

etmek, incitmek, incitmek için güç kullanmak” olarak tanımlanabilecek; yıkıcı, aşırı davranış ve aşırı öfke ifadesi olarak kendini göstermektedir (Erten, 1996: 26). Ancak, “şiddet”in en yaygın biçimlerinden biri “saldırgan” davranıştır. Bir nesneye veya kişiye yönelme şekli, kişinin istemediği, onu kışkırtan ve tüketen bir faaliyeti ifade eder. Bu bağlamda şiddet terimi, hem fiziksel hem de fiziksel olmayan bazı sözlü davranışları da içermektedir (Uluocak ve ark. 2014).

1.2.2. Şiddetin Kapsamı

Şiddet, bir kişiye sadece fiziksel olarak değil, aynı zamanda psikolojik, cinsel ve ekonomik olarak da zarar verebilecek davranış olarak tanımlanabilir (Yıldırım, 2019: 18). Değişen dünya düzeni bu geniş tanımlı gerektirmektedir. Bu anlamda günümüzde şiddet kavramının daha geniş olarak ele alınması ve bireylere verdiği zararın buna göre değerlendirilmesi yönünde bir eğilim olduğu düşünülmektedir (Uluocak, 2014). Yves Michaud, bir veya daha fazla tarafın karşılıklı ilişkilerde toplu veya bireysel, fiziksel veya manevi, ahlaki/manevi bütünlüğe veya mülkiyete, sembolik ve kültürel değerlere doğrudan veya dolaylı olarak zarar verecek şekilde hareket edilmesinin şiddet olduğunu belirtmektedir (Ünsal, 1996: 51).

Günlük yaşamdaki baskı, zulüm, yıldırma, öldürme, cezalandırma ve isyan biçimini alabilir. İnsanların iradesine karşı boyun eğme eylemi olarak tanımlanır. Bu maruz kalma, insanları istediklerini yapmaktan alıkoyabilir veya yapmak istemedikleri şeyleri yapmaya zorlayabilir. Türk hukuk sisteminde şiddet, Anayasa'nın "İnsanın Bedensel ve Ruhsal Varlığının Bağımsızlığı" başlıklı 17. maddesinde tanımlanmıştır. Tıbbi zorunluluklar ve yasaların gerektirdiği durumlar dışında kişinin fiziksel bütünlüğü ihlal edilmemelidir.

Öte yandan insanlık tarihinin etkileşime açık olduğu 21. yüzyılda, gelişen teknoloji de dikkate alındığında, yıkıcılık anlamında şiddet tanımının bir adım ötesine geçmek gerekmektedir. Galtung (1969) şiddet; potansiyel olarak neyin mümkün olduğunu, neler yapılabileceğini ve potansiyel ile gerçek arasında bir boşluk açılmasına neden olan ve bu boşluğu genişleten veya daralmasını önlemek için ne yapıldığını tanımlamaktadır. Bir toplum tüberküloz ölümlerini ortadan kaldıracak bilgi ve teknolojiye sahipse, ama o toplumda hala tüberküloz ölümleri varsa, bu yapısal şiddettir, diyor. Ona göre şiddet, insanların ihtiyaçlarının karşılanmasını imkânsız kılacak şekilde engeller. Daha genel

olarak, insanların ihtiyaçlarını karřılama yeteneđi gerçekte olduđundan daha dűřűk bir dűzeyde gerçekleřtiđi için insan yařamına zarar vermektedir (Bayrak, 2017: 32). Galtung'a gűre řiddet aynı zamanda řiddetin hedefi haline gelme riskidir. Őzel alan kavramının muđlak olduđu bir yűzyılda bugűn bu tanıma bakarsak gűvensizlik yaratan bir yapıya ulařabiliriz ve bu gűvenlik duygusu sadece farklı gű iliřkilerini deđil řiddeti de ifade etmektedir (Galtung, 1969).

řiddet eylemleri, insanların űzebilecekleri ve/veya kaınabilecekleri durumların bařarısızlıđını, bilinçli ve sűrekli olarak řiddete maruz kalan bir grubun varlıđını da içermektedir. Bu ařamada elbette űnemli olan iktidar sahibinin diđerinin iradesini kendi iradesiyle deđiřtirebilecek gűce sahip olması ve bunu yapabilmesidir. Bir tarafın diđerinden daha iyi bir iktidar sahibi olması ve diđerinin iradesinin yerine kendi iradesini koyabilmesi gerçeđiyle olduđunu ve devam ettiđini kabul etmek gerekir. Diđer bir deyiřle, gű farklılıklarının bir sonucu olarak birinin iradesini bařkasının iradesine bađlamak řiddettir; karřı tarafın hayata bakıř açısının deđiřtiđi řiddete dayalı kiřilerarası iliřki; bu, hayatının nesnesi olma fırsatını kaybettiđinde olur (Afřar, 2015: 715). İktidar sahibinin bařkaları űzerindeki baskısı, űzne olma hakkı, űzgűrlűđűn gasp edilmesi, kendini gűvende hissetme hakkı, geçici/kalıcı zarar vermesi řiddettir ve her řeyde bir gű iliřkisi vardır. İktidarda bir kiřinin olduđu ve o gűcűn kullanıldıđı iliřkilerde mutlaka řiddet olacaktır.

Sosyal medya platformlarındaki řiddet, yeni medya teknolojilerine gűműlűdűr. řiddet kavramı yeni medya teknolojisinde eski řiddet ve yeni řiddet olarak karřımıza çıkmaktadır. Bunun temel nedeni, yeni medya teknolojilerinin tamamen yeni bir iletiřim biçimine sahip olması ve geleneksel medyadan yeni medyaya geçiřin modern toplumla űrtűřmesidir. Dolayısıyla yeni medya teknolojilerine alıřmıř bir toplumda řiddetin biçimlerinin deđiřmesi kaçınılmazdır. Bu bađlamda řiddet konusunu yeni medya űncesi ve sonrası olmak űzere iki dűnemi tanımlayarak ele almak gerekmektedir. Dolayısıyla eski řiddet, yeni medyadan űnce gűzlemlenen gerçek ortama dayalı bir řiddet tűrűdűr. Yeni řiddet ise dijital dűnyadaki řiddetin unsurlarını yeni medya teknolojileri çerçevesinde tanımlamaktadır. Yeni medyada řiddet, gerçek ortamın sanal bir benzeri olarak karřımıza çıkmaktadır. Yeni ve eski řiddet arasındaki temel fark, fiziksel řiddetin yerini dijital řiddetin almasıdır. Kullanıcılar dijital ortamda řiddete maruz kaldıklarında fiziksel zarar gűrme olasılıđını ortadan kaldırır.

ŞİDDET TÜRÜ	ESKİ ŞİDDET Gerçek Ortam	DİJİTAL DÖNÜŞÜM	YENİ ŞİDDET Dijital Ortam
Kodlu Şiddet			
Araçsal Şiddet			
Fiziksel Şiddet			

Fotoğraf 1: Şiddetin Dijital Ortama Yansıması

Kaynak: (Yengin, 2012: 132)

Şiddetin etkisini anlamak için şiddet türleri sınıflandırılır. Şiddetin içeriği, yarattığı etki ile birlikte incelenir. Bunun nedeni, iletişim sürecini doğrudan etkileyen gürültü kavramını en aza indirme girişimidir (Yıldırım, 2019: 20). Şiddet türleri, şiddetin dijital eşdeğerlerini analiz etmeye de yardımcı olur. Şekil 1'deki tablonun kullanımı, yeni medya teknolojilerinin şiddet unsurlarını analiz etmek için oldukça kullanışlı bir model olarak öne çıkmaktadır (Yengin, 2012: 132)

Kodlanmış önem, simgelerin hedef üzerindeki etkilerini gösterir. Resimdeki sembol, insanların günlük hayatta karşılaşılabilecekleri sembollere bir örnektir. Ölüm tehdidini temsil eden bir kafatası, şifreli bir açılış gerektiren bir şiddet unsuru içerir. Bu bağlamda, dijital ortamda kodlanmış şiddet değiştiğinde, dijital olarak kodlanmış şiddetle birebir aynı veya aynı anlama gelen ancak gerçek hayattaki karşılığı olan bir biçim almaktadır. Dolayısıyla dijital ortama iletilen şiddetin kodlanmış ögesi, gerçek hayattaki şiddet bileşenlerini kullanır.

Araçsal şiddet, şiddet unsurlarının araçlar yardımıyla gerçekleştirildiği bir durumdur. Resimde ABD Ordusuna ait silahlı bir istakoz görülüyor. Bu araç şiddet kullanmak için tasarlanmış bir araçtır. Dijital karşılığı genellikle tasarlanmış bir araç olarak kabul edilir. Görselden de görebileceğiniz gibi dijital olarak kodlanmış araç çizimi tıpkı gerçek araç

gibi silahlar ve şiddet içeren unsurlar içermektedir. Bu tür analoglar tüm dijital oyunlarda bulunur. Aynı zamanda sosyal ağlarda küçük resim olarak adlandırılan emoji adı verilen çizimlerde de karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle dijital ortamda inandırıcılığı artırmak için sıklıkla araçsal şiddet kullanılmaktadır.

Fiziksel şiddet, bir kişi diğerine fiziksel olarak zarar verdiğinde ortaya çıkmaktadır. Görüntü, fiziksel şiddet uygulayan bir kişiyi göstermektedir. Dijital formda kodlamanın gerçek bir ortamda gerçek bir bireyin uygulayabileceği şiddeti modelleyerek yapıldığı görülmektedir. Özellikle dijital oyunların ve animasyon filmlerin yaratıcıları, gerçek dünya ortamlarında bulunan şiddet unsurlarını modelleyerek dijital içerikteki güvenilirliği artırmayı amaçlamaktadır (Yengin, 2012: 131).

Şiddet türlerinin içerikleri dijital olarak kodlanmakta ve sosyal medya şiddetinin analizi için oldukça etkili bir sınıflandırma sağlamaktadır. Bu bağlamda dijital ortamdaki şiddetin analizinde kaynak ve hedef arasındaki iletişim sürecinde doğru kodlanmış görüntüler anlaşılır. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte çok kısa sürede gelişen yeni medya, insanlara yeni bir kullanıcı kimliği oluşturma fırsatı sunmaktadır. Kimliklerinden kopan bireyler, kendilerini sanal olarak dönüştürerek yeni bir birey olarak bilgiyi üretip, yayarlar. Toplumsal yaşamda etik olarak tanımlanan davranışlar, yeni medya ortamında kontrolsüz olarak karşımıza çıkmaktadır. Bugün hükümetler yeni medyayı kontrol etmek için yasalar çıkarmaktadır. Ancak alınan önlemlerin yeni medyayı kontrol altına almak için yeterli olmadığı düşünülmektedir. Bazı insanlar yeni oluşturdukları sanal kimliklerini başkalarını aşağılamak ve tehdit etmek için kullanabilir ve toplumun genelinin hoş görmediği zararlı davranışlar sergileyebilmektedirler.

1.3. Toplumsal Cinsiyete Dayalı Dijital Şiddet

Siber zorbalığın faili eski veya mevcut bir eş/partner, komşu, iş/okul arkadaşı, akraba veya yabancı olabilir. Siber şiddet durumunda failler sosyal ağları (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Snapchat, Tumblr, Periscope vb.), mesajlaşma uygulamalarını (Whatsapp, Messenger vb.), küresel konumlandırma sistemlerini kullanabilirler. (GPS) desteklenen yazılımlar (Swarm, Google Maps, vb.), akıllı telefonlar ve/veya e-posta, şiddete uğrayanların kendi güvenliklerini düşünmeye teşvik etmektedir (Şimşekcan, 2018: 85). Toplumsal cinsiyete dayalı siber şiddete ilişkin kuramsal çalışmalar önemini incelerken kavramlardan konuya, bulgular farklıdır. Bazı

araştırmalar dijital şiddet yerine siber zorbalık terimini kullanmıştır. Bu alışma siber/evrimii şiddetin teorik açıklamalarını bir araya getirmektedir.

Avrupa Eşitlik Derneği, "Kadın ve Kız ocuklarına Yönelik Siber şiddet " (EIGE, 2017) konulu sayılı raporunda konuyu siber taciz olarak sınıflandırmaya başlamıştır. Siber takip, e-posta, kısa mesaj (veya internet üzerinden) veya internet aracılığıyla takip etmektir. Takip/zulüm, mağdurun güvenlik duygusunu zayıflatır ve kendi başlarına zararlı olabilecek veya olmayabilecek olaylar tekrarlandığında onları bir korku veya endişe durumuna sokar.

Faaliyetler řu şekilde olabilir:

- Rahatsız edici veya tehdit edici e-postalar, kısa mesajlar (SMS) veya anlık mesajlar göndermek;
- İnternetteki sohbet odasına hakaret içeren yorumlar göndermek.

"Stalk" terimi, siber saldırıda da kullanılır. Takip eden kişilere de "stalker" denir. Siber takip/istifleme terimi, tekrarlanan tehditler ve taciz, e-postalar ve diğer bilgisayar iletişimleri yoluyla insanları güvenlik konusunda korkuya veya endişeye sevk eden çeşitli davranışları tanımlamak için kullanılmaktadır (şimşekcan, 2018: 84).

Tehdit, gasp, zulüm, özel hayatın ihlali gibi eylemlerin toplamı olan zulüm, şiddet kavramından ayrı dışınılmamaktadır. "Varyasyon" oluşturan nedenler ile farklı şiddet türlerini harekete geçiren faktörlerin (boşanma, ayrılık, takıntı, takıntılı kişilik vb.) keşişimi bu ilişkinin kurulmasını gerektirmektedir. Devam eden takip mağdurları, fiziksel, duygusal, psikolojik, sözlü veya cinsel şiddet dâhil olmak üzere birçok türde şiddete maruz kalabilmektedirler (Öztürk, 2016).

Bir "takipçi" bir dizi ardışık eylemde bulunur ve bu eylemler zinciri bir bütün olarak takipçiye ya da mağdurda gereksiz stres, endişe ya da rahatsızlık verir. Takip etme ya da suç hem erkekler hem de kadınlar tarafından işlenebilmekle birlikte, takip suçunun failleri genellikle erkekler, takip suçunun mağdurları ise genellikle kadınlardır (Doğan, 2014).

"Stalk" terimi, sosyal medya kullanıcıları arasında olumlu bir çağrışım yaparken, "stalker", kişilerin özel hayatları hakkında bilgi, fotoğraf, video vb. paylaşımları içermekte ve çeşitli güvenlik açıklarından yararlanılarak birçok bilgi elde edilebilir

olmaktadır. Bu aktivite ısrarlı takip gibi takıntılı durumlara yol açabilir ve insanlar günlük yaşamlarında zamanlarının büyük bir kısmını bu aktiviteye ayırabilirler. Sosyal medyanın bilinçsiz kullanımı, insanları stalkerlar için açık bir hedef haline getirmektedir (Şimşekcan, 2018: 86).

“Kadınlara ve kızlara yönelik siber şiddet” raporu (EIGE, 2017), “online taciz”e ek olarak “siber zorbalık” ve “intikam pornosu”nu da siber şiddetin alt türleri olarak tanımlamaktadır:

1.3.1. Çevrimiçi Taciz

Çevrimiçi taciz birçok şekilde olabilir ve aşağıdaki gibi eylemler değişiklik gösterebilir;

- İstenmeyen cinsel e-postalar, kısa mesajlar (veya çevrimiçi mesajlar);
- Sosyal ağlarda veya çevrimiçi sohbetlerde uygunsuz veya rahatsız edici olaylar;
- E-posta, SMS (veya çevrimiçi) yoluyla fiziksel ve/veya cinsel şiddetle tehdit etme;
- Nefret söylemi, bir kişinin kimliğini (cinsiyetini) ve diğer özelliklerini (cinsel yönelim veya engellilik gibi) zorlayan, aşağılayan, tehdit eden veya hedef alan davranışlardır. (Temur, 2018: 86).

1.3.2. İntikam Pornosu

Siber zorbalık olarak da bilinen intikam pornosu, tasvir edilen kişinin rızası olmadan cinsel içerikli fotoğrafların veya videoların çevrimiçi olarak dağıtılması anlamına gelir. Fail, genellikle önceki bir ilişkiden görüntü veya video elde eden ve bu görüntüleri ayrılığın intikamı olarak kurbanlarını alenen utandırmak ve küçük düşürmek için kullanan eski bir eş veya sevgilidir. Ancak failler mutlaka eski koca veya sevgili değildir. Suçluların eylemlerinin arkasındaki sebep her zaman intikam değildir. Görüntüler, hedefin "gerçek dünyasına" zarar vermek amacıyla kurbanın bilgisayarını, sosyal medya hesaplarını veya telefonunu hackleyerek elde edilebilir.

Birleşmiş Milletlerin ev sahipliğindeki İnternet Yönetişimi Forumu’nda “Cinsiyete Dayalı Şiddet ve Çevrimiçi Siber Şiddet” konusu tartışılmıştır. Forumdan çıkan raporda (IGF, 2015), cinsel siber/internet şiddeti kavramları altı alt kategoride örneklerle yer almıştır:

1.3.2.1. Mahremiyetin İhlali

- Bir kişinin özel bilgilerini rızası olmadan kullanmak (kişisel hesapların ele geçirilmesi, şifrelerin çalınması, kimliklerin kullanılması, başka bir kullanıcının kendi hesabına giriş yaparken bilgisayarını hacklemesi.
- Kişinin rızası olmadan video, resim ve/veya erişim, kullanım, işleme ve/veya paylaşma,
- Kişinin bilgisi veya rızası olmadan (cinsel) resimler, ses klipleri ve/veya video klipler dâhil olmak üzere özel bilgileri ve/veya içeriği paylaşılması ve/veya dağıtılması
- Kişisel verilerin dox (kişisel verilerin sanal ortamda kullanılması), taciz ve/veya başka amaçlarla araştırılması ve kişinin rızası olmadan yayınlanması ve şiddet aracı olarak kullanılması,
- Kullanıcıların, çocukların, ailelerinin ve meslektaşlarını taciz etme.

1.3.2.2. İzleme

- Çevrimiçi ve çevrimdışı etkinlikleri izleme ve/veya gözetleme,
- Kullanıcının izni olmadan casus yazılım veya tuş kaydedici kullanma,
- Bir kadının hareketlerini rızası olmadan izlemek için GPS veya yazılım kullanma,
- Stalk

1.3.2.3. İtibar ve/veya Güvenilirliğin Zedelenmesi

- E-postaları ve/veya içeriği izinsiz olarak silmek, göndermek ve/veya değiştirmek,
- Zarar vermek için yanlış kişisel bilgiler (örn. çevrimiçi hesaplar, reklamlar veya sosyal medya hesapları) oluşturmak ve paylaşmak,
- Sahte fotoğraf ve/veya video düzenleme ve/veya oluşturma,
- Kimlik hırsızlığı (örneğin bir profil oluşturma ve bunu yayınlama),
- Birinin itibarına zarar verme amaçlı özel ve/veya kültürel,

- Bir bireyin itibarını zedelemek için iftira niteliğinde, küçük düşürücü ve/veya yanlış bilgiler (saldırgan/saldırgan) içeren çevrimiçi yorumlar ve/veya gönderiler.

1.3.2.4. Taciz (Çevrimdışı Tacizi İçerebilir)

- Spam ve/veya siber zorbalığa maruz kalma ve/veya tekrarlanan taciz yoluyla dikkat,
- Cinsel ve/veya fiziksel şiddet tehditleri dâhil doğrudan şiddet tehditleri (örneğin, "Sana tecavüz edeceğim" şeklinde),
- Saldırgan yorumlar,
- İstenmeyen cinsel içerik gönderme ve/veya alma,
- Fiziksel şiddete teşvik,
- Sosyal medya mesajları ve/veya e-postalar/veya cinsel yönelimli nefret söylemi,
- Kadınları seks objesi olarak sunan internet/web içeriği,
- Cinsiyetçi ve/veya cinsiyetle ilgili yorumlarda bulunmak ("kaltak" gibi terimler kullanarak),
- Bir bireyden ziyade bir grup insanı şiddetin hedefi haline getirmek veya taciz ve özellikle teknoloji tabanlı bir uygulama olarak şiddet.

1.3.2.5. Doğrudan Tehdit ve/veya Şiddet

- Mağdurların seçilmesi (planlı cinsel şiddet, teknoloji kullanılarak kadın ticareti dâhil),
- Cinsel şantaj ve/veya gasp,
- Kimlik, para ve/veya mal hırsızlığı,
- Fiziksel istismar, birinin harekete geçmesine neden olur.

1.3.2.6. Topluluklara Yönelik Hedefli Saldırıları

- Belirli kurum ve toplulukların web sitelerinin, sosyal medya ve/veya e-posta hesaplarının ele geçirilmesi;
- Gözetim ve gözetim faaliyetleri;
- Topluluk üyelerine doğrudan şiddet; Şantaj,

- Gizli bilgilere yanıt verme

Toplumsal Cinsiyete Dayalı Şiddet ve Çevrimiçi İstismar Forumu (IGF, 2015) sonucunda hazırlanan bu rapor, siber şiddetin kadınların çeşitli durumları üzerindeki etkisine ilişkin bulguları içermektedir. Çevrimiçi istismar ve toplumsal cinsiyete dayalı şiddet, kadınları bağlamlarına ve kimliklerine bağlı olarak farklı şekilde etkiler. Bunun nedeni, bu faktörlerin bir sonucu olarak kadınların karşı karşıya kaldıkları farklı ve örtüşen klişeler olabilir. Örneğin, kadınlar eğitimleri, yaşları veya medeni durumları nedeniyle çeşitli şiddet eylemlerine maruz kalma riski altında olabilir.

Rapor, çevrimiçi istismardan kaynaklanan toplumsal cinsiyete dayalı şiddetin hem erkeklere hem de kadınlara yönelik olabileceğini de belirtmektedir. Benzer şekilde, erkekler ve çocuklar da çevrimiçi istismar ve şiddetin kurbanı olabilirler. Bununla birlikte, çevrimiçi istismar ve toplumsal cinsiyete dayalı şiddet, diğer toplumsal cinsiyete dayalı şiddet biçimleriyle aynı önceden var olan yapısal eşitsizliklere ve ayrımcılığa dayanmaktadır ve takma adlar veya hesaplar kullanılarak gerçekleştirilmektedir ki bu da tanımlamanın zorluğunu vurgulamaktadır. İnterneti aktif olarak kullanan kadınlar, cinsiyetlerine ve güvenliklerine doğrudan saldıran tehditler veya yorumlarla karşı karşıya kalmaktadır. “Cinsiyete dayalı şiddet ve çevrimiçi şiddet/siber şiddet” raporu (IGF, 2015), çevrimiçi veya çevrimdışı olarak görünür olan kadınların çevrimiçi istismara uğrama olasılığının daha yüksek olduğunu belirtmektedir. LBT kadınları, kadın gazeteciler (blog yazarları dahil), teknolojideki kadınlar, ünlü kadınlar (sanatçılar, yazarlar vb.) ve feminist aktivistler de bazen siber zorbaların hedefi olabilir. Kadınlar kendilerini ifade ettikten ve siyasi arenaya katıldıktan sonra tehdit ve şiddetle karşılaşabilmektedir. Engelli kadınlar için çevrimiçi riskleri göstermeye yardımcı olacak bilgiler henüz mevcut değildir.

1.4. Yeni Medya ve Toplumsal Cinsiyet İlişkisi

1.4.1. Yeni Medyada Cinsiyetçi Söylemin Yeniden Üretimi

“Yeni iletişim teknolojileri” terimi genellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinin geçmiş teknolojik gelişmelerden daha hızlı ve sürekli olarak geçirdiği değişimleri tanımlamak için kullanılmaktadır. Poster'e (2000) göre yeni iletişim teknolojisi, terim olarak belirli bir teknoloji veya teknoloji grubu tanımının ötesinde, sürekli güncellenen ve değişen

teknolojik gelişme anlamına gelmektedir. Öte yandan, her iletişim teknolojisi ortaya çıktığı anda yeni olarak nitelendirilirken, günümüzün yeni iletişim teknolojileri, zamansal farklılaşma özelliği ile değil, geleneksel kitle iletişim araçlarına göre kendine has özellikleri ile tanımlanmaktadır (Poster, 2000: 61). Bu noktada yeni iletişim teknolojilerinin şekillendirdiği iletişim ve medya ortamını ifade eden “yeni medya” kavramı ile karşılaşmaktayız.

Yeni medyanın kavramsallaştırılmasında kullanılan 'yeni' temsil, bu iletişim araçlarının geleneksel medyadan (gazete, radyo, televizyon, film) nasıl farklılaştığını göstermektedir. Binark'ın (2015: 10) belirttiği gibi, yeni medya ortamları yenidir. Çünkü geleneksel medya metinlerinin üretimi ve tüketiminde izleyicileri ortadan kaldıran kurumsallaşma, uzmanlaşma, pasiflik ve tüketimcilik unsurlarına sahiptir. Bu bileşenler, etkileşimden daldırma ve ağ iletişimine kadar uzanır. Akademi'nin kaygılarının çoğu bu “yeni” dünyada yeniden tartışılmakta ve bu teknolojilerin yarattığı “yeni” durumlar kavramsallaştırmaktadır. Bu çerçevede, köklü akademik araştırma alanlarından biri olan feminist çalışmalar ve toplumsal cinsiyet çalışmaları, dijital dünyanın getirdiği yeni kavram ve bağlamlarda yeniden ele alınmalıdır.

1990'larda, internet halk tarafından kullanılmaya başlandığında, teknoloji herkese siyasi katılımı genişletmek için yeni kapılar açacaktı; tartışmalı olarak, çoğu insan bunun bilgiye erişimde, karar alma mekanizmalarında daha büyük gelişmelere yol açacağı konusunda iyimserdi ve medyanın dezavantajlı bireyler için daha eşitlikçi bir ortam yaratır düşüncesi hâkim idi. Ancak internetin güç yapılarını ve eşitsizlikleri onarma potansiyeline sahip olduğu kısa sürede tartışılmaya başlandı. Bu kapsamda dijital açıklar, dijital vatandaşlık, gözetim toplumu ve siber riskler gibi konular çağın gerektirdiği şekilde ortaya çıkmaktadır. Benzer şekilde, çevrimiçi taciz ve zorbalık gibi çevrimiçi riskler, çevrimdışı risklerin dijital biçimleri olarak tanımlanmaktadır. Çevrimdışı ortamda olduğu gibi, dezavantajlı bireylerin kendi güvenliklerini sağlama ve yasal yollara başvurma konusunda iyi konumlanmış bireylere göre daha yüksek oranlarda bu risklerle karşı karşıya kaldıkları görülmektedir. İnternet teknolojisi de cinsiyet ilişkilerine yeni bakış açıları sağlamıştır (Dilmen, 2007: 40).

İyimser söylemin aksine, yeni medya ortamı toplumsal cinsiyete dayalı eşitsizlikleri şiddetlendirmeye devam edecek mi? Dijital medya ortamlarının tasarımı, kullanımı ve

erişiminde toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri var mı? Yoksa dijital medya, geleneksel toplumsal cinsiyet rollerinin dayatıldığı ve dolayısıyla çoğaltıldığı bir alan mı? Geleneksel medyada da üretilip gündelik hayata mı sızıyor? Bu bağlamda yeni medya, erkek iktidar ilişkilerinin ve ataerkil heteroseksüelliğin normal olarak işlediği bir alan mıdır? gibi sorular gündeme getirilmiştir.

Yeni medya, bireyler için alternatif bir mücadele ve ifade alanı yaratsa da esasen eril iktidar ilişkilerini, ataerkil heteronormatifiği ve toplumsal cinsiyet eşitsizliğini dilsel ve söylemsel pratiklerle yeniden üretmektedir. Yeni medya ortamlarının, nefret söyleminin üretimini kolaylaştırdığı savunulmaktadır. Başka bir ifadeyle kullanıcı türevli içerik üretimi ve bu içeriklerin diğer kullanıcılarla etkileşime girerek hızla yayılımı gibi yeni medyaya özgü özellikler, nefret söyleminin üretiminde ve dolaşıma sokulmasında etkilidir. Ayrıca yeni medya kullanıcılarının kimliklerini gizleyebilmesi nedeniyle nefret söyleminin daha kolay üretildiği vurgulanmaktadır (Dilmen, 2007: 41)

Buna göre yeni medya toplumsal düzlemde ürettiği kadına yönelik eşitsiz bakış açısını yeniden inşa etmektedir. Kadınlara yönelik eril dilin ve cinsiyetçi söylemin yeni medya ortamlarındaki üretimi ve dolaşımı toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ve eril iktidar ilişkilerinin dil ve söylem alanında yeniden üretilerek meşrulaştırıldığı, pekiştirildiği savunulmaktadır (Şimşek, 2011). Örneğin; Özgecan Aslan cinayetinin ardından kadına yönelik şiddete ve tacize karşı yeni medyada bir direniş pratiği olarak başlatılmış olan #sendeanlat hashtagi altındaki taciz anlatılarını inceleyen Yeliz Dede Özdemir'in (2015) makalesi dikkate değerdir. Makale'de kadınların taciz hikâyelerini anlatırken, eril iktidar ilişkilerinin hâkim söylemlerini de yeniden ürettikleri tespit edilmiştir. Buna göre kadınlar, paylaştıkları hikâyelerde; giydikleri kıyafetin kapalılığından bahsetmiş, kadın bedeninin merkeze alan cinsiyetçi küfürlerle taciz lanetlenmiş, tacizin esas kaynağının kadınlar ve onların yetiştirdiği erkekler olduğu vurgulanmış, taciz durumunda bir erkek tarafından korunma ihtiyaçlarını dile getirmiş ve çirkin veya erkek gibi kadın olmanın tacizden korunmak için faydalı olduğunu savunmuşlardır (Taşcıoğlu, 2018: 10). Dolayısıyla ilgili kampanya, kadınların, tacizi görünür kılmak amacıyla bir araya gelmeleri ve tacize karşı tepki göstermeleri bağlamında önemli bir girişim olsa dahi eril iktidar ilişkilerinin dil ve söylem alanında yeniden üretmiştir (Özdemir, 2015: 45). Dolayısıyla kadına yönelik şiddet konusunda yeni medya sunduğu olanaklar kadar

kadınların da dolayımından geçerek üretilen ve hızla yayılan eril dilin esasen eril iktidar ilişkilerini yeniden ürettiği savunulmuştur.

Özetle doğuştan gelen ve bireyin biyolojik olarak sahip olduğu kadınlık ve erkeklik cinsiyeti kültürel çevre, sosyal çevre gibi faktörlerden etkilenecek bir kimlik haline dönüşmekte ve bu kimliklerin inşasındaki eşitsizlikler dijital platformlar ve özellikle sosyal ağlarla birlikte yeniden üretilen hegemonyanın ve tahakküm ilişkisinin bir parçası haline gelmektedir. Cinsiyetçilik ve toplumsal cinsiyet eşitsizliği olarak tanımlayabileceğimiz kavram, hiyerarşi ve ayrımcılık üzerinden tanımlanmaktadır. Kadın ve erkeğin hak ve özgürlüklerinin kısıtlanması, fırsat ve olanaklarda yaşadığı sıkıntılar, sosyal üretim sürecindeki katılımları gibi çeşitli alanlarda eşitsiz olarak konumlanmasıdır. Erkekler güç ve otorite ile ilişkilendirilirken, kadınlar annelik, aile, şefkat veya fedakârlık eksenlerinde ele alınmaktadır. Cinsiyet düzeyinde, erkekler psikolojik bir ortamda, kadınlar ise duygusal bir ortamda ele alınır; siyasi, ekonomik ve sosyal ilişkilerle tanımlanan kamusal alan erkeklere empoze edilirken, özel alan ise kadınlara ait sorumlulukları içerir. Ev işleri ve çocuk bakımı kadınların sorumlu olduğu rollerdir. Kadınlar siyasi, sosyal, ekonomik ve kültürel alanlarda görmezden gelinmekte veya perde arkasında tutulmaktadır. Kadının kamusal alandaki konumu sınırlı olsa da özel alandaki konumu ve sorumlulukları devam etmektedir.

Dolayısıyla toplumun oluşturduğu kimliklere yüklenen cinsiyet rolleri, kadın ve erkek arasındaki eşitsizliğe ve ayrımcılığa katkıda bulunur. Kadın ve erkeğe yüklenen anlamlar, roller ve davranış kuralları, özellikle kadın ve erkeğin toplumsal inşa sürecinde birer faktör haline geldiği ataerkil toplumsal yapılarda, güç mücadeleleriyle şekillenir. Hem kadınlar hem de erkekler cinsiyet tanımlı rollerini yerine getirmeli ve buna göre hareket etmelidir. Bu beklenti bir norm olarak empoze edilir ve çeşitli kontrol mekanizmalarıyla denetlenir. Aile, eğitim kurumları, medya, çalışma hayatı ve sosyal ilişkiler, toplumsal cinsiyet rollerinin üretildiği, pekiştirildiği ve yönlendirildiği alanlardır.

Yeni iletişim teknolojisi ve özellikle sosyal medya, cinsiyetçi söylemi ve cinsiyet eşitsizliğini yeniden üreten ve yaygınlaştıran bir araç haline gelmiştir. Güç ve kontrol mücadelesinin merkezinde yer alan geleneksel medya üzerine yapılan birçok araştırma, medyanın ataerkil ideoloji içerisinde toplumsal cinsiyet rollerini yeniden ürettiğini ve

cinsiyet eşitsizliğini meşrulaştırdığını göstermiştir (Sönmez, 2022: 10). Sönmez'e göre, medyadaki kadın ve erkek imajı, sosyal arenada yer alan kadın ve erkeğin rolleriyle aynıdır. Geleneksel medya, kadınlık ve erkekliği bir erkek ideolojisi içinde cinsiyetçi bir şekilde yeniden üretmekte ve topluma sunmaktadır (2022: 12). Geleneksel medyada medya sahipleri, medya kuruluşları veya medya uzmanları cinsiyetçi söylemlerden sorumluyken, artık sosyal medyada herhangi bir bireysel kullanıcı bu görevi yerine çok rahat bir şekilde getirebiliyor olmaktadır. Başka bir deyişle, gözetim ve kontrol sürecinin mikro güçleri, cinsiyetçi söylemi ve toplumsal cinsiyet rollerini doğrudan yeniden üretir ve teşvik eder duruma gelmişlerdir. Kadına yönelik cinsiyetçi söylemler, sosyal medya üzerinden kimlik ve statü göstergesi olarak yapılan cinsiyetçi mesajlar, günlük yaşamdaki eşitsizliği veya ayrımcılığı normalleştirmektedir. Binark'a göre, yeni medya ortamında gündelik hayatın söylemsel pratiklerinde ortaya çıkan cinsiyetçi söylem, sıradanlaşarak çok daha kolay yayılabilir olmaktadır (2007: 11).

Medya, her bireyi tarafsız bir şekilde, insan haklarını ihlal etmeden, çeşitli ve azınlık grupları da dâhil olmak üzere toplumun hiçbir kesimini ötekileştirmeden temsil etmelidir. Ancak, genellikle medya patronları tarafından kontrol edilen geleneksel medyanın dalları, devlet siyasetinden ve reklamcılarının gelir akışlarından etkilenen egemen ideolojinin sürdürülebilirliğinin ötesine geçememektedir. Dolayısıyla kullanıcılarının iki yönlü bir iletişim yapısı ile içerik üretmesine olanak sağlayan yeni medya, özellikleri nedeniyle geleneksel medyada yer bulamayan çeşitli azınlıklara kendilerini özgürce ifade edebilecekleri alanlar sunması, görece demokratik ve kullanıcı merkezli yapısına rağmen hipermetinsellik, yayılma ve kontrol eksikliği gibi özellikleriyle birlikte toplumda hâkim olan önyargıları, hoşgörüsüzlüğü ve dışlanmayı görünür kılmaktadır. Bu bağlamda yeni medyada üretilen ve yayılan cinsiyetçi söylemler oldukça hızlı bir şekilde daha geniş coğrafi alanlara ve geleneksel medya ile aynı zamanda yayılmakta, daha etkili ve kalıcı hale gelmektedir. Dolayısıyla yeni iletişim teknolojileri sayesinde her kullanıcı, sosyal medya üzerinden gerçekleşen gözetleme ve izlemenin uzantısı olan cinsiyetçi söylem ve pratikle karşı karşıya kalmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları, mevcut hegemonik yapıya göre cinsiyetçi söylem ve uygulamaları yeniden üretmekte ve toplumsal cinsiyet rollerine uygun tutum ve davranışları pekiştirmektedir.

Cinsiyet eşitsizliğinin sıklıkla karşılaştığı alanlardan biri de bu platformlarda kullanılan dildir. Tüm doğal diller özünde sürekli değişime açık, yaşayan, gelişen ve aynı zamanda konuşanlarını değiştiren, dönüştüren ve geliştiren sistemlerdir. Bir dilin konuşulduğu toplumun kültüründen, yaşam biçiminden ve dünya görüşünden bağımsız olarak varlığını sürdüreceği varsayılmaz. Bu nedenle dil, topluma ve bireylerine bir ayna olarak konuşulduğu toplumu yansıtır. Cinsiyet eşitsizliği, dilin kullanımında da somut olarak ortaya çıkmaktadır. Kitle iletişim araçları aynı zamanda farklı dil kullanımlarının geniş bir erişim bulduğu yerlerdir. Geleneksel medya olarak kabul edilen televizyon, radyo ve gazetelerin dilinde ve yeni medya olarak adlandırılan Facebook, Instagram ve Twitter gibi çevrimiçi platformlarda cinsiyet eşitsizliğinin izleri görülmektedir.

Geleneksel medya ile yeni medya birbirinden farklı olarak işleyiş sergilemektedirler. Geleneksel medya sadece okuyan, dinleyen, edilgen ve durağan bir özneye hitap ederken, yeni medya ise bu biçimi değiştirmektedir. Geleneksel medyadaki içerik türleri arasındaki keskin ayrımın aksine, yeni nesil medyada içerik türleri arasındaki sınır kaybolmaktadır. Dijital âlemde yazılı metin, video, ses, görsel, işitsel-görsel malzeme bir arada olabilmektedir. Bu birliktelik alıcıyı medya karşısında hiç olmadığı kadar aktif hale getirmektedir. Böylelikle geleneksel medyanın tek yönlü bilgi paylaşımı yerini çift yönlü, etkileşimli ve eş zamanlı bilgi paylaşımına bırakmıştır (Sönmez, 2022: 15).

İncelediğimiz yeni medya ağlarından biri olan Twitter, kısa ve hızlı iletişimleri ile kullanıcıların dili kullanma biçimlerini yeniden şekillendirmelerine olanak sağlamaktadır. Bu platform ülkemizde ve dünyada önemli bir kullanıcı kitlesine sahiptir. Platformun özelliklerinden biri, kullanıcıların duygu ve düşüncelerini 140 karakter sınırına sahip bir kısa blog olmasıdır. Bu kısa ve hızlı iletişim yolu, kullanıcıların dili kullanma biçimlerini yeniden formüle etmelerine neden olmaktadır. Bu sayede kısaltılmış mesajın detayları bir URL ile ana siteye yönlendirilerek daha fazla paylaşım olanağı sağlayabilmektedir (örn. "goo.gl"). İhtiyaç duyulan yere hızlı bir şekilde ulaşabilme ve aktiviteyi dünyanın herhangi bir yerine yayabilme özelliği ile önemi de artmaktadır. Tweet, takipçiler tarafından retweetler ile paylaşılır ve diğer kullanıcıların takipçileri tarafından görülerek mesajın daha geniş bir çevreye yayılmasını sağlar. Bu özelliği ile Twitter, kullanıcıların çevresinde olmayan kişilerle iletişim kurabilmeyi de sağlamaktadır. Bu konuyla ilgili "#" hashtag'i ile tweet'ler Twitter'da ilk ona ve bir numaraya yükseldiğinde, buna trend konu denir. Trend

Konuları bir anlamda Twitter'ın anlık değişen güncel gündemi anlamına geliyor. Her ülkenin kendi TT listesi vardır. Ayrıca dünya çapında en çok konuşulan on konuyu gösteren bir liste de var. Bir konunun trend olması için binlerce kişinin tweet atması gerekmektedir. Tweetlerde kullanılan dil bireyin kimlik inşasında açık veya örtük, olumlu veya olumsuz bir rol oynamaktadır. Bireyler kendi kimliklerini inşa ederken baskın olan ideolojik zihniyete göre şekillendirmeye veya bu baskın şekillendirmeye karşı kendi kimliğini inşa etme eğiliminde olmaktadır.

TDK'da kimlik, kişinin sosyal bir varlık olarak kişiye özgü işaret, özellik ve niteliklerle tanımlanmış bir kişilik olmasını sağlayan koşullar bütünü olarak tanımlanmaktadır (TDK, 1998). Kimlik kendiliğinden oluşmaz, zamanla oluşur, kimlik çoğul bir kavramdır, birçok bileşeni vardır (Korkut, 2017: 17). Söylemsel kimlik bunlardan biridir. Dile getirilen konuyla ilgili bu kimlik, mevcut ve tekrarlanan tweetlerde farklı şekilde yer almaktadır. Tweetler atasözleri, deyimler, toplumsal kabul görmüş yargılar, varsayımlar ve önerilerden oluştuğundan, paylaşılan kimlik ve sosyal kimlik kavramlarının hem konuşan hem de alıcı üzerindeki etkisi bir diğer önemli noktadır. Geçmişten günümüze ataerkil düzenin tanımladığı kadın kimliğine ve erkek tasavvuruna karşı tavır, kadının kendi kimliğini yaratma arzusundan kaynaklanmaktadır. Çünkü kendisine sunulan kimlik, inşa edilmiş bir kimliktir. İnşa edilen bu kimlik sadece dilin atasözleri ve deyimlerini yansıtmaz. Aynı zamanda öneri, kararlılık, varsayım, önyargı içeren ve ortak, kabul edilmiş ve devam eden ortak yargı ve düşünceye atıfta bulunan konuşma kalıplarını da yansıtır.

Atasözleri ve atasözlerinin yanı sıra bu tür yaygın kullanımlar da kadına yönelik cinsiyet eşitsizliğini içerdikleri için derlemimizin önemli bir parçasıdır. Kültürel miras olarak da nitelendirilebilecek bu ifadeler toplum tarafından durumu anlatmanın en kısa ve anlaşılır yolu olarak kabul edilmektedir. Birçok atasözü ve deyim, bireysel ya da toplumsal deneyimler sonucunda söylenmiş ve kolektif düşünce olarak benimsenmiştir. İnsanların yıllardır kullandığı bu ifadeler, durumu anlatmanın en kolay ve en anlaşılır yoludur. Aksan'a göre atasözleri bir dilin söz varlığında bir toplumun bilgeliğini, tecrübesini, dünya görüşünü ve ifade gücünü yansıtan ve yüzyıllarca sürebilen kelimelerdir (Aksan, 2007: 33). Telaffuzu belirsiz olan bu kelimelerde ait oldukları toplumların yaşam tarzı, ideolojisi ve dünya görüşüne dair pek çok iz bulunmaktadır.

Deyim ise dili konuşan toplumun dünya görüşünü, yaşam tarzını, çevre koşullarını, geleneklerini, örf ve inançlarını, önemli gördüğü kaynak ve kavramları, maddi ve manevi kültürünü ifade eder (Aksan, 2007: 83). Gerçek anlamından farklı bir anlama sahip olan ve en az iki kelimedenden oluşan bu kalıplaşmış sözler, atasözleri gibi ait oldukları toplumun yaşam tarzı, kültürü ve dünya görüşünün de somut izlerini taşımaktadır. Konuşulanları bilinmeyen bu kelime grupları, geçmişten günümüze kültür ve düşünceyi taşıyan dilsel miraslardır. Atasözleri ve deyimler ait oldukları toplumda ataerkil düzenin kurulmasında, bu düzenden doğan beklentilerin düzenin devamı için toplumsal cinsiyet rollerine bağlanmasında ve o alanda ortaya çıkan eşitsizliklerin vurgulanması ve desteklenmesinde önemli rol oynamaktadır (Korkut, 2017: 260).

1.4.2. Medya Söylemlerinde Cinsiyetçiliğin Kurulması

1960'ların kadın hareketinden doğan kadın araştırmalarında, Zoonen'in o dönemde savunduğu gibi teori, politika ve eylem birlikte gelişti (Zoonen'den akt.Çakır, 2019: 95-135). Öte yandan toplumsal cinsiyet ve medya arasındaki etkileşimi araştıran ilk örnekler bakacak olursak akademik alanın dışında geliştiğini görürüz. Bu çalışmaların ilk örneklerinden biri olarak kabul edilen Amerikan ikinci dalga feminist hareketinin en önemli isimlerinden biri olan Betty Friedan'ın "The Feminine Mystique" (The Mystery of Femininity) adlı eseri, ilk defa 1963 yılında yayınlandı. Araştırmada, Amerika Birleşik Devletleri'nde 1939-1959 yılları arasında yayınlanan kadın dergilerinin okuyucu sayılarına bakılmış ve dergilerdeki kadın imajlarının tarihsel süreç içerisinde değiştiği sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışma aynı zamanda Amerikalı orta sınıf ev kadınlarının kendilerine atanan cinsiyet rolleri nedeniyle yaşadıkları kimlik krizini de araştırdı. 1940'lı yıllarda yayınlanan kadın dergilerinin karakterlerinin bağımsız, kariyer odaklı ve kendine güvenen kadınlar olarak sunulduğu ve dergilerin içeriklerine bakıldığında siyaset, kültür ve sanat gibi konuların ele alındığı görülebilmektedir. Öte yandan 1950'lerin kadın dergi karakterleri, kadınların gelecekleri için sadece çocuk istedikleri ev, mutfak, cinsellik, bebek ve yatak odası ile sınırlı bir dünyada pasif, genç ve mutlu ev kadınları olarak resmedilmiştir. 1950'li yıllarda yayınlanan kadın dergilerinin sayıları yerini giyim, kozmetik, mobilya, ev eşyaları ve gıdaya bırakmıştır.

Çalışma, 1940'larda yayınlanan kadın dergilerinde kariyer kadınlarıyla ilgili hikâyelerin genellikle kadın yazarlar ve editörler tarafından üretildiğini, 1950'lerde yayınlanan kadın dergilerinde ise editöryal kararların erkekler tarafından verildiğini belirtmektedir (Friedan, 1979: 30). Friedan, "Kadınlığın Gizemi" adlı eserinde toplumsal cinsiyet rollerinin toplumsal yapı içinde oluştuğunu ve toplumsal değişimlere göre toplumsal cinsiyet rollerinin de değiştiğini göstermiştir.

1970'lerdeki edebi çalışmalar, feminist araştırmaların kitle iletişim çalışmaları alanına dâhil edilmesini etkiledi. Bu dönemde Amerikan kitle iletişim araçlarının ana akım araştırmalarında içerik analizi ve etki çalışmaları ağırlık kazanmıştır. Bu bağlamda ikinci dalga feminizmin kadınların medyada temsili ve toplumsal cinsiyet rollerine ilgisi gelişmiştir. İlk çalışmalar, medyada kadınların varlığını veya yokluğunu göstermeyi amaçlayan içerik analizleriydi. Bu araştırmalar, kadınların medyada erkeklere göre daha az temsil edildiğini, ev hanımı, anne, hemşire ve öğretmen gibi geleneksel rollerin daha sınırlı olduğunu, daha bağımlı ve çok yönlü bireyler olduklarını ortaya çıkarmıştır. Aynı zamanda, kadın imgeleri öncelikle evlerde, işyerlerinde ve diğer kamusal alanlarda bulunur, ancak bu mekânlar erkek mekânları olarak tasvir edilir ve bu çalışmalar daha fazla erkeğin yerini bulduğunu ortaya koymaktadır. Kadınları kozmetik ve ev ürünlerinin birincil tüketicisi olarak gösteren televizyon reklamları, kadınları ev işleri ile erkeklerin çekiciliği arasına yerleştirmiştir (Tuchman, 1978: 7).

Kadınların medyada temsili üzerine erken dönemdeki en önemli çalışmalardan biri Gaye Tuchman'ın 'Kitle İletişim Araçları Tarafından Kadınların Sembolik Yok Edilmesi' adlı eseridir. Tuchman bu çalışmada, kadınların hayatlarını "sıcak ev ortamları"na hapseden medya mesajlarının kontrolünden nasıl kurtulduklarını sorgulamış ve kadınların medyadaki temsilini "sembolik yıkım" kavramıyla açıklamıştır. 'Sembolik yıkım' olarak kavramlaştırdığı bu olgu, medyanın kadınları görmezden gelerek temsil bile etmemesi anlamına gelmektedir (Tuchman, 1978: 8).

George Garbner, The Dynamics of Cultural Resistance adlı kitabında, medyanın, özellikle televizyonun, toplumsal cinsiyet ilişkilerinin yerleşik yapılarıyla uyumlu görüntüleri nasıl beslediğini ve kadınların toplumsal değişim yaratan koşullara karşı kültürel direnişin nasıl yaratılacağını araştırmıştır. Gerbner'in "itibarsızlaştırma", "tecrit etme" ve "zarar verme" olarak tanımladığı stratejiler, televizyondaki kadın imajındaki

değişiklikleri etkisiz hale getirmekte, bir fobi olarak tasvir edilmekte ve itibarsızlaştırılmaktadır. Kadınlarla ilgili konulara münhasıran "Kadın Programı"nda ele alınmakta ve ilgili konulara kamu programlarında yer verilmeyerek ayrıştırılmaktadır. "Altını oyma" stratejileri arasında tecavüz, pornografi vb. kullanımı yer alır. Konu televizyonda "eleştirel" olarak ele alınsa bile, üretilen söylemin içeriği cinsel sömürüyü haklı çıkarır (Gerbner, 1978: 46).

Kitle iletişimi alanındaki liberal paradigmalara dayanan erken feminist araştırmalar, medyadaki cinsiyet karşıtı stereotiplerin eleştirilmesinin medya temsilini güçlendirerek toplumdaki stereotiplerin gücünü zayıflatabileceğini savundu. İlk araştırmalar, medya kuruluşlarında liderlik pozisyonlarında yetersiz sayıda kadın olduğunu ortaya çıkardı. Ancak istihdamda cinsiyet ayrımcılığına son vermek için kesin bir çözüm bulunamadı. Erken feminist araştırmalar, baskın kitle iletişim araştırma paradigmasına dayandığı ve toplumsal cinsiyet düzeninin şekillenmesini etkileyen diğer faktörleri göz ardı ettiği için teorik olarak sınırlı olduğu için eleştirildi.

Etki çalışmaları kitle iletişim çalışmaları alanında, izleyici merkezli araştırmalara yönelik eleştirilerle birlikte izleyicinin medya mesajları karşısında pasif ve savunmasız bir konumda olduğu düşüncesi değişmeye başlamıştır. İlk izleyici odaklı yaklaşım, "Kullanım ve Doyumlar" yaklaşımı olmuştur (Dursun, 2008: 50) Herta Herzog'un 1944 tarihli *Motivation and Gratifications of Daily Serial Listeners* (Günlük Dizi Dinleyicisinin Motivasyonu ve Memnuniyeti) televizyon dizisi *Back Tomorrow*'dan sonra (Baran ve Davis tarafından aktarılan) ev kadınlarının kullanımına ilişkin önemli uygulama ve ayrıntılandırma çalışmalarından biriydi. (2012: 25). Baran'a göre, bu çalışmalar nadiren feminist bir bakış açısı sunar, ancak insanların belirli bir tatmin için bilinçli olarak medyaya dönebileceklerini varsayarak liberal feminist bakış açılarıyla uyumludurlar (2012: 26).

Kitle iletişim alanındaki feminist yaklaşıma ek olarak, 1974 yılında Birmingham Çağdaş Kültürel Araştırmalar Merkezi'nde kadın odaklı araştırmaları ele almak üzere 'Kadın Çalışmaları Grubu' kuruldu. Kültürel çalışmaların feminist çalışmaların zenginleşmesi yoluyla geliştiği düşünülüyor, ancak kültürel çalışmaların sağladığı teorik ve politik ortam göz önüne alındığında bu gelişmelerin hiçbiri kolay olmadı. Stuart

Hall, Çağdaş Kültürel Araştırmalar Merkezi'nin iyi niyetli olmasına rağmen direndiğini kabul etti:

“İyi ve dönüşmüş adamlar olarak feminizme kapıyı açtık. Ancak o pencereden içeri girdiğinde varlığından haberdar olmadığı tüm şüpheler ortaya çıktı.” (Hall'den akt. Turner, 2016: 286).

Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi tarafından yayınlanan ilk feminist makale koleksiyonu, 1978'de Kadın Çalışmaları Grubu tarafından yayınlanan "Kadınlar Sorunları Alır: Kadın Tabiiyetinin Veçheleri" idi. Bu kolektif, kültürel çalışmaları direniş ve sınıf kimliği meselelerinden uzaklaştırarak, kültürün kişisel boyutlarının, kültürel tüketimin ve kadınlık meselelerinin analizine doğru yönlendirdi. Böylece kültürel araştırmalarda haz, kimlik, cinsellik, tüketimin işleyişi, faillerin ve televizyon izleyicilerinin incelenmesi konuları ve çeşitli tartışmalar bedenle ilgili geniş bir çerçevede ortaya çıkmaktadır (Turner, 2016: 287).

Özetle, teorik yaklaşımlardaki farklılıklar, izleyici merkezli araştırmaları iki farklı gelenek altında incelemeyi mümkün kılar: Kullanım ve doyumlar ve kültürel çalışmalar. Kültürel çalışmalar geleneği, aynı metnin farklı bağlamlar ve farklı izleyiciler tarafından farklı yorumlanabileceğini ve karşıt okumalar da dâhil olmak üzere çoklu okumaya açık olduğunu vurgulamıştır. Birmingham Çağdaş Kültürel Araştırmalar Merkezi, kadın izleyicilerin medya metinlerini ve kadınlar tarafından tüketilen medya içeriğini nasıl algıladıkları üzerine 1980'lerde bir araştırma başlattı. İzleyici merkezli araştırma, popüler kültür araştırmalarının aksine, izleyicinin popüler kültür ürünlerine karşı pasif olmadığını anlatmaktadır. Kadınların homojen bir bütün olmadığını ve kültürel ürünlerin farklı izleme pratiklerine sahip olduğunu öne süren izleyici odaklı medya ve kadın araştırmaları bu alana önemli katkılar sağlamıştır.

Encoding/Decoding (1973) adlı makalesinde Stuart Hall, mesajların çok boyutlu olduğunu ve sosyal bağlama bağlı olarak çoklu okumalara izin verdiğini savundu. Hall'un modeli, kadın medya izleyicilerinin incelenmesi için bir rehberdi. Hall'un araştırmasında geliştirdiği üçlü okuma modeli, baskın/hegemonik okuma, müzakereci okuma ve karşı okumadan oluşmaktadır. Baskın/hegemonik okuma, izleyicinin bir üretici olarak hareket ettiği, metin içindeki çıkarımları kodladığı ve doğru bir şekilde tanıdığı tamamen şeffaf bir iletişim durumunu ifade eder. Müzakereli okumada izleyici,

bir uzman tarafından yorumlandığını bildiği için sınırlı da olsa kendi konumunu yansıtan anlamlar üretmek tercih edilen okumanın ötesine geçebilir. Metinde kurulan anlama ters düşerek ve onu yeni referans çerçevelerinden yeniden inşa ederek mesajı tersten deşifre eder ve mesajın şifresini çözer.

Bu aynı zamanda olayın söylem içinde verildiği bir okuma biçimidir. Bir olay, söylem dolaşımıyla kurulan bir olayla karşılaşan izleyici için anlamlıysa, deşifre edilir. Seyirci mesajın anlamlı olduğunu hissetmiyorsa, onu anlam pratiğine eklemeyi, tüketmez ve mesajın etkisi ortadan kalkar. Anlam ve mesaj sadece "iletilmemeli", kodlayıcı tarafından sürekli olarak üretilmelidir. Aynı zamanda bu programcılar tarafından oluşturulan söylem, izleyicinin mevcut söylemi ile etkileşime girerek dönüştürülür. Medya uzmanları, kod çözmenin kendi kodlamalarını takip etmesini umarlar, ancak bu garanti edilmez. İzleyicinin sahip olduğu farklı kültürel referanslar, psikolojik tutumlar, tercihler, etik vb. konumları, kod çözme sırasında bir fark yaratır. Dengesiz kodlama ve kod çözme yanıltıcıdır (Hall, 2005:125-127).

Dorothy Hobson, 1990'da ev kadınlarıyla yaptığı etnografik feminist kültürel çalışmada, hem metne hem de izleyiciye odaklanarak radyo ve televizyonun ev kadınları için ne anlama geldiğini araştırdı. Araştırmalar, tecritte yaşayan ev kadınlarının günlük gerilimlerini yönetmek için radyonun önemli bir araç olduğunu göstermektedir. Ev kadınlarının televizyon kullanımına bakıldığında, "erkeklerin dünyasını" temsil eden programları şiddetle reddettikleri ve "kadınların dünyasını" içeren programları tercih ettikleri görülmektedir. Ev kadınları, kadınların izlemediği türlerden biri olan "erkek dünyasında" haberlere, savaş filmlerine, belgesellere, güncel olaylara ve macera filmlerine değer verir. Kadınlar için radyo, günlük ev işlerinin ayrılmaz bir parçasıyken, televizyon programları bir boş zaman ve rahatlama biçimi olarak ikincildir. Bu çalışmadaki ev kadınları, ev ve aile için film ve pembe dizi izlemeyi tercih etmekte, ancak haber ve politik içerikten hoşlanmamaktadır (İmançer, 2006: 102).

Gündelik hayatın bir kültürü olarak popüler kültür ürünleri, yapay mutluluklar yaratır ve gerçekliğin olumsuz yönlerinden uzaklaşma yaratır. Hegemonik güç kültürleri içinde ve bunlar tarafından üretilen popüler kültür ürünleri, gerçeklik algısını engelleyen aldatıcı bir karaktere sahiptir. Popüler kültürde eserler eşitsizliği ve adaletsizliği insan

ilişkilerinin değiştirilmesiyle çözülebilecek olgular olarak sunar ve bu eserler gerçek hayatta kitlelerin acısını ve çaresizliğini hafifletir (Oktay, 2002: 18-26). Egemen ideolojilerin üretimine ve yeniden üretilmesine hizmet eden kültür endüstrisinin popüler kültür ürünleri, ataerkilliğin sürdürülmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda kadın izleyicilerin popüler kültür eserlerini tercih ettikleri okumanın aksine okuduklarına dair ikna edici bir kanıt bulunmamaktadır. Popüler kültür ürünlerinin tüketilmesiyle geçici bir denge bulan, günlük yaşamlarında değiştiremeyecekleri alanları yerinden eden kadınlar, ataerkil toplumun kendisine biçtiği rolleri kabul ederek bu ürünlere bağımlı hale gelmekte, edilgen ve hareket edemez hale gelmektedir.

1990'larda postmodern düşüncenin gelişmesiyle birlikte feminist hareket, üçüncü dalga feminizm olarak bilinen bir akıma dönüşmüştür. Bu dönemde feminist araştırmaların konusu, farklılık ekseninde kimliğin vurgulandığı farklı kadınlık ve kadınların öznel deneyimleri olmuştur (Akça ve Tönel, 2011: 17). 1990'lardan bu yana, medyada aile ve kariyeri dengeleyen, sosyal olarak aktif ve aynı zamanda sağlıklı ve güzel bir süper kadın imajı dolaşıyor. Erkek cinsel söyleminin baskın olması nedeniyle, dolaşıma giren kadın imajları feminist medya çalışmalarının ortak ilgi alanı haline gelmiştir. Bu ilgi alanında iletişim alanında güçlü bir eleştirel yaklaşım geliştiren kültürel çalışmalar, kadınların seslerini, sözcüklerini ve bedenlerini nasıl etkilediğini keşfetmek için farklılık, kimlik, ideoloji, kültür ve söylem gibi bir dizi terim kullanır. Böylelikle siyasal yönetime katkıda bulunmuştur (Dursun, 2008: 7).

Amerikan feminist medya çalışmaları beyazlara ve orta sınıfa odaklandı ve daha önce liberal eğilimler sergiledi. Giderek artan bir araştırma grubu, kadınların farklı deneyimlerini ırksal ve etnik temsilleri çerçeveleyerek karşılaştırmaya odaklanıyor (Sönmez, 2007: 22). Erken feminist medya çalışmaları, medya temsilindeki toplumsal cinsiyetin gerçek dünyayı nasıl yansıttığıyla ilgilendi. Bu, kadınlık ve erkeklik biçiminin sorgulandığı bir dönemdir.

Üçüncü feminizm dalgasıyla birlikte mevcut toplumsal cinsiyet kategorilerine meydan okunmaya başlandı. Başka bir deyişle, cinsiyeti “doğal” bir kategori olarak görmek tartışma konusu oldu. Postmodern feminizmin en önemli isimlerinden biri olan Judith Butler, 1990'daki ‘Cinsiyet Belası’ adlı çalışmasında, toplumsal cinsiyetin de toplumsal cinsiyet gibi kültürel bir kurgu olduğunu savundu:

“Toplumsal cinsiyetle ilgili bilinenler, görünüşte söylemsel olarak diğer siyasi ve toplumsal çıkarlar için çeşitli bilimsel söylemler tarafından mı üretiliyor? Bu kurgu belki de toplumsal cinsiyet kadar kültürel bir kurgudur. Hatta bazen "cinsiyet"ın aslında baştan beri cinsiyet olduğu ortaya çıkıyor. Yani cinsiyet ve toplumsal cinsiyet ayrımları aslında ayırım değildir.” (Butler, 2008: 52).

Kristeva'ya göre, üçüncü kuşak feministlerin temel görevi, her kadının öznelliğini, özgünlüğünü ve benzersizliğini vurgulamaktır. "Bütün kadınlar" diye bir şeyin olmadığı bu gün ve yaşta kadınlardan tek tek söz edilmelidir. Bu noktada Kristeva, kadınlardan oluşan bir topluluktan söz edilebileceğini ancak bu topluluğun kitle olarak yorumlanmaması gerektiğinin altını çiziyor. Kadın topluluğu, bireysel olarak benzersiz kadınlardan oluşmalı ve benlerden söz edilmelidir. Aynı zamanda bir kişinin hak kazanabilmesi için belirli bir kategoride yer alması gerektiği düşüncesinin de eleştirisidir (Durudoğan, 2009: 61).

1.4.3. Kurmaca Metinlerde Cinsiyetçilik

1970'lerde başlayan feminist medya çalışmaları, kadınların medyada temsilini araştırdı ve medyanın toplumu yansıtmak yerine ataerkil cinsiyet rejimini yeniden şekillendirdiğini ve güçlendirdiğini ortaya koydu. Medya araştırmaları ataerkil, cinsiyetçi ve hegemonik değerlerin yeniden üretildiğini ortaya koyuyor.

Erkek ve kadın cinsiyetinin kitle iletişim araçlarında temsili üzerine yapılan araştırmalar, bu medya imgeleminin cinsiyetçi kalıp yargılar içerdiğini göstermektedir (Bilgin'den aktaran Dökmen, 2010: 96) Cinsiyete dayalı ayrımcılığın bir ifadesi olarak cinsiyetçilik, kadın ve erkeğin cinsiyetine göre gelişen kalıp yargıları içermektedir. Esasen, terim kadınlara karşı ayrımcılığı ifade eder. Başka bir deyişle cinsiyetçilik, kadınların toplumda alt ve ikinci sınıf konumlarda sergiledikleri tutum, davranış ve faaliyetlerin tamamı olarak görülmektedir. Cinsiyetçilik, onları yeniden üretmek için gerekli tüm kurumsal ve ideolojik araçları kullanmaktadır (Timisi, 1998: 2). Kitle iletişim araçları, egemen ideolojinin en önemli unsurlarından biri sayılmaktadır. Bu araçlarla her türlü propaganda örtük ve etkili bir şekilde oluşturulmakta, farkındalık yaratma işlevine hizmet etmektedir. Aile, millet, görev, kahramanlık, erkeklik gibi kalıp yargılar kitleler tarafından içselleştirilir ve yaygın inanışları pekiştirerek kitle iletişim araçları tarafından üretilmektedir (Oktay, 2002: 3).

Reklamcılar Derneği tarafından, 1990'lı yıllarda ortaya çıkan ve tüketicilere ilham veren reklamcılık anlayışını yansıtan yaratıcılık düzeyine sahip çalışmaları belirlemek amacıyla 1989 yılından bu yana her yıl düzenlenen Kristal Elma Türk Reklam Ödülleri Yarışması olmuştur. Yasemin Karaca ve Nurhan Papatya'nın Reklamlarda Kadın İmgesi: Ulusal Televizyon Reklamlarının Bir Değerlendirmesi başlıklı çalışmasında, Kristal Elma kullanılarak 872 televizyon reklamından yargısal örnekleme yöntemiyle seçilen kadın görüntülerini karakterize edilmiştir. 218 TV'nin içeriğini incelenmiştir (Karaca ve Papatya, 2011: 90- 91).

Çalışmada, 1990'dan 2009'a kadar ulusal televizyon reklamlarında yer alan kadın görüntülerinin temel gıda, şekerleme, sakız ve çikolata gibi gıda ürünlerinin reklamlarında yaygın olarak kullanıldığı görülmüştür. Reklamlarda az sayıda karakter, çalışan kadın rolünde tasvir edilmekte, ancak kadın karakterlerin aile bağları üzerinde durulmakta ve çoğunlukla evde olmak üzere ev hanımı, anne ve eş rollerinde tasvir edilmektedirler. Reklamlarda görünen kadınların çoğunluğunun 18 ila 35 yaşları arasında olduğu görülmüştür. Reklamlarda kadın karakterler ön plana çıksa da hedef kitlenin kadın olarak seçildiği çoğu reklamda sözcü, kredi veren ve ürün ya da hizmetin güvenilirliğini vurgulayan erkekler kullanılmıştır (Karaca ve Papatya, 2011: 95- 96)

Araştırma literatürüne paralel olarak bir diğer bulgu, kozmetik reklamlarında kullanılan güzel, bakımlı kadınların hedef kitledeki selülit sorununu ortadan kaldırmak için söz konusu ürün ve hizmetleri tüketmesi gerektiğidir. Ürün ve hizmetlerinin reklamını yapan kadınlar mutlu, başarılı ve özellikle karşı cins tarafından beğenilen kadınlar olarak tanımlanmaktadır. Yani tüketiciler, reklamlarda gösterilen kadın kadar güzel ve bakımlı olmak istiyorsa, reklamı yapılan ürün ve hizmetleri tüketmelidir. Her ne kadar ihtiyaçlar değişse de teknolojik gelişmeler yaşanmış ve dünya anlayışımız değişmiş olsa da reklamlarda sunulan kadın imajının 1970'lerden bu yana çok az değiştiği sonucuna varılmıştır (Karaca ve Papatya, 2011: 97).

Özgür'ün "reklamlarda kadının işlevsel rolünü" araştıran araştırması, edilgen konumlara yerleştirilen kadınların geleneksel rol görünüşleri ve cinsel rolleriyle resmedildiğini ortaya çıkarmıştır. Anket yapılan reklamlarda kadınların %17,5'i ev hanımı olarak gösterilirken, kadınların %20'si cinsel meta olarak kullanılmaktadır. Aynı zamanda özel hayatlarında başarılı olan ticaret kadınları, sadece iyi bir eş ve anne değil, iş hayatında

da başarılı, bakımlı ve vücutları çekici niteliklerle ön plana çıkarılmaktadır (Özgür, 1996: 235-238).

Büker ve Kıran, Televizyon Reklamlarında Kadına Yönelik Şiddet: Şiddetin Nesnesi Olarak Kadınlar başlıklı bir çalışmada, üç ayda bir izlenen ve yalnızca kadına yönelik şiddeti içeren 16 televizyon reklamını incelemiş, TV reklamlarını analiz etmiştir. Araştırma, reklamlarda gösterilen şiddetin kadınları güçsüzleştirdiğini, onları güçsüz, bağımlı, pasif ve itaatkâr hale getirdiğini bulmuştur. Şiddet karşıtı unsur reklamların sadece bir örneğinde bulunsa da şiddete hedef olan kadınlar şiddete yüksek bir bedelle direnebilmektedir (Büker ve Kıran, 1999: 307-311).

Kadın bedeninin bir seyirlik olarak kullanıldığı, aynı anda kesilip erotikleştirildiği televizyon reklamlarında erkek karakter kurtarıcı olarak sunulur ve kadın izleyiciler bu durumu içselleştirerek hayatın doğal bir parçası olarak değerlendirirler. Büker ve Kıran'ın "titreşimsel şiddet" olarak tanımladıkları durum, kadınları tek seçenek olarak boyun eğdirir, onlara zevk ve heyecan verir ve bu kadınlar durumdan habersizdirler. Bir nesne olmak isteyen sevimli bir kadın aslında istemeden bir nesne olmuştur. Açık giyinen, kendini süsleyen ve bir nesne gibi kokan kadın, sadece bir nesne değil, aynı zamanda erotik bir nesne haline gelir. Bazen erotik bir nesne değildir ve örneğin bir dikiz aynası veya bir lastik gibi arabanın bir parçası haline gelir. Erotik bir aksesuar haline gelen kadın, bir erkeğin bakışıyla cinsel olarak rahatsız olur ve bir saplantı nesnesi haline gelerek cinsel kimliği ezilir. Cinselliği yakalanan kadın, titreşimli şiddetin zevkinden mahrum kalır ve reklamda kendisine sunulan ürün, fantezisini süslemeye başlar. Hayal gücünü ele geçiren güçler, ürünün dışında hayal kurmasını engeller. Ancak kadın izleyici farkında olmadan reklamın hedefi ve şiddet mağduru olan kadınla özdeşleşir ve şiddeti içselleştirir (Büker ve Kıran, 1999: 307-309). Araştırma sonucunda, kadın bedeninin modern toplumsal pratiklerde sömürülen bir tüketim nesnesi haline geldiğini ortaya çıkarmıştır. Cinsiyet temsili açısından zaman içinde farklılıklar ve değişimler olmakla birlikte, reklamlarda kadın ve erkek karakterlerin cinsiyet temsilinde önemli bir değişiklik olmamıştır.

Reklamlar, ürünler ve hizmetler hakkında bilgi sağlıyor gibi görünür, ancak aynı zamanda insanların davranış kalıplarını, yaşam tarzlarını ve kalıp yargılarını da aktarır. Reklamlarda kadın tasvirini ele alan çalışmalarda çekici genç kadınların rolü, güzellik

mitleriyle ilişkilendirilir. Evli olan bir kadın annelik mitiyle örtüşmektedir (Bhasin, 2003). Kadınların, ev işi ve çocuk bakımı yapan iyi anneler, kocalarını düşünen eşler gibi reklamlarda sıklıkla görünen kadınlar olduğu söylenebilir. Özellikle temizlik, aile ve çocuk sağlığı ürünlerine yönelik reklamlarda oluşturulan kalıplaşmış kadın tasvirleri, ataerkil ideolojilerin yarattığı karakterlerle birleşerek ideolojilerin kadınlara yüklediği toplumsal rolleri pekiştirmektedir. Reklamda kullanılan bir diğer model ise çalışan kadın rolünün kullanılmasıdır. Bu genç, bakımlı, modaya uygun giyimli, ince, çekici, dinamik, sportif, eğlenceyi seven bir kadın modelidir (Büyükkantarcıoğlu, 2012: 26). Bu model aynı zamanda tüketim kültürünün kadına yüklediği rolün bir tezahürü olarak da görülebilir. Erkekler ise çoğunlukla onay veren taraftadır ve karar verici, otoriter ve bilgilidir. Reklamlardaki kadın tasvirinin, tüketimi harekete geçirmeye odaklanarak toplumsal cinsiyet rollerini vurgulayarak ataerkil bakış açısını pekiştirdiği söylenebilir.

Özetle kadın bedeni ve medyadaki temsili incelendiğinde, erkek egemen görüşlerin kadınlar için 'uygun' bulduğu cinsel kimliklerin edilgen olduğu ve 'benlik' klişelerinden sapan kadınlar üzerinde iktidar kurduğu görülmektedir. Örneğin günlük gazetelerde haberin konusu ne olursa olsun kadın görsel olarak kullanılmaktadır. Yazılı yayınlar mesajlarını kadın cinselliği kodları içinde inşa eder ve fantezilere dayandırır. Öte yandan gazete dergi ekleri, kadınları “müsait” olarak göstermekte ve cinselliklerini abartmaktadır. Özel ve iş hayatını uzlaştıramayan, yalnız ve özgür olarak resmedilen bu kadınlar, evlilik ve aile kurumunu eleştirmede, kontrolden çıkmış kadınlar olarak resmedilirler ve bu kadınların belirlediği sınırları aşmaları halinde toplum tarafından taciz edilmeleri ve cezalandırılmaları gerekmektedir (Atakul, 2002: 212-229). Bu bağlamda bahsi geçmeyen kadınlar, cinsellikten tamamen yoksun, vatanına bağlı ve namus imajına sahip veya cinsellikten başka kimliği olmayan olarak iki grupta sunulmaktadır. Cinselliği herkese açık ve teşhir edilen kadınlar tacize dahi tabii görülmektedirler.

1.4.4. Haber Metinlerinde Cinsiyetçilik

Eleştirel feminist bir bakış açısıyla, medyanın kadına yönelik şiddetle ilgili rolü, şiddetin haberlerde ve çeşitli program türlerinde tasvir edilmesi ve şiddetle kadın arasındaki ilişkinin nasıl yeniden yaratıldığı üzerine araştırmalar yapılmıştır. Çok sayıda

araştırma, şiddetin yaygınlığının ötesinde, şiddet haberlerinin şiddeti meşrulaştırdığını ve onu normal bir fenomen haline getirdiğini ortaya koymuştur.

Aysel Aziz'in yaptığı "Medya, Şiddet ve Kadın: Türkiye Basınında Kadına Yönelik Şiddetin 1993 Yılı Haberi" başlıklı bir araştırma, kadına yönelik şiddeti haberleştirme sıklığı ve tarzındaki farklılıkları incelemektedir. Bu çalışmanın amacı, kadına yönelik şiddetle ilgili haberlerin hangi kadınların ne tür şiddete maruz kaldığını ve kadına yönelik şiddetle ilgili haberlerin nasıl yayıldığını göstererek, Türk haberciliğine genel bir bakış sunmak ve bu konudaki varsayımları netleştirmektir. .

Bu çalışma, kadına yönelik şiddet olgusunun kadının cinsiyeti ve geleneksel inanç ve değerleri ile ilişkili olduğunu göstermiştir. Kadınlar, din, gelenek ve göreneklerin etkisiyle şekillenen ve toplumda genel kabul görmüş ahlaki ve onurlu değerlere bağlı kalmadıkları için şiddete maruz kalmaktadırlar. Türkiye'de erkeklerin kadına şiddet uyguladığını sorgusuz sualsiz kabul eden haberciliğin yaygın kabul görmesi, toplumda erkek şiddet eğilimlerini artırmaya yöneliktir. Kadınlar toplumsal yaşamda toplumsal zorluklar gibi sorunlarla karşılaştıklarında şiddete maruz kalmaktadır. Şiddet kullanımı ile ekonomik zorluklar arasındaki bağlantıya yapılan vurgu, şiddetin alt sosyal sınıflar arasında yaygın olduğu inancını yansıtmaktadır.

İncelenen gazete haberlerinde kadın yaralandığında, tecavüze uğradığında veya öldürüldüğünde haber değeri kazanır. Kadına yönelik şiddet biçimleri arasında 'öldürme', 'dayak', 'tecavüz', 'cinsel taciz', 'zarar verme' ve 'kapatma' sayılabilir. Aynı zamanda kadına yönelik şiddet olayları “magazin haberi” olarak algılanmaktadır. Toplumun erkek egemen gazetecilik anlayışının bir sonucu olarak, gazeteciler kadına yönelik şiddeti görmezden gelen basın politikaları izleyebilmektedir. Medyanın kadına yönelik şiddeti görmezden gelmesi, kadını toplumda ikincil konumda tutan bilinçli bir tutumun sonucudur (Aziz ve diğerleri, 1994: 31-53). Haber medyası kadına yönelik erkek şiddetini normalleştirerek kadına yönelik şiddetin gündemde önemli bir haber olmasını engellemektedir.

Haberlerde aynı zamanda kadın cinayeti haber başlıklarının üçte ikisinin, erkeklerin öldürmesini haklı çıkaran ve erkekliğin rollerini ve beklentilerini meşrulaştıran potansiyel olarak cinsiyetçi başlıklar ve kavramlar içerdiği tespit edilmiştir (Sallan Gül ve Altındal, 2015: 176-181). Kadın cinayetlerinin nedenlerini gösteren örneklerle

bakıldığında, “namus” söylemi bağlamında geleneksel ve çağdaş kadın rolleri arasındaki çatışma vurgulanmaktadır. Haber alt metinlerinde, modern kadınların kendi hayatlarında söz sahibi olma, ekonomik bağımsızlık kazanma, boşanma gibi davranışlarının kadınların ölümüne neden olduğuna dair erkek görüşleri yer almaktadır (Sallan Gül ve Altındal, 2015: 18).

Haber başlıklarının doğrudan erkek dilini kullandığı tespit edilmiştir. Haber manşetlerinde erkeklerin kadınları öldürme eylemlerini haklı çıkaran duruşlar sunulmaya çalışılmıştır. Manşetlerin çoğu işsizlik ve yoksulluk gibi durumlarda erkeğin hane içindeki otoritesinin ve statüsünün gerilemesinden bahsetmektedir. Bu durum, kadın cinayetlerini ve aile içi şiddeti haklı çıkaran bir söylem içinde sunulmaktadır. Cinayeti meşrulaştıran akıl hastası bir adamın delirmesi gibi açıklayıcı modeller, üstü kapalı cinsiyetçi anlatıları, ataerkil savunmaları ve suçlulara “masum şüpheli bireyler” olarak atıfta bulunmayı içermektedir (Sallan Gül ve Altındal, 2015: 179-1880).

Eşitsiz cinsiyet ilişkilerinin en temel mekanizmalarından biri kadına yönelik şiddettir. Yapılan çalışmalarda gazetelerin sansasyonel terimlerle kadınları nadiren sübjektif olarak mağdur ve kurban, çeşitli şiddet biçimlerinin nesnesi, kişisel ve sosyal haklarını ihlal eden kişiler olarak rapor ettiğine dikkat çekilmiştir. Haber ve dergilerin üçüncü sayfasında gazetenin ön sayfalarında yer alan kadın medya tasvirlerine yer verildiği gözlemlenmiştir. Gazetelerde kadın temsiliinin yaygın bir biçimi, kadınlara ilişkin hiçbir bilginin yer almadığı ve yalnızca görünürlüğün vurgulandığı “vitrin” rolüdür. Sonuç olarak gazetelerde kullanılan ifadeler, yorumlar, görseller ve alıntılar cinsiyetçiliği pekiştirmekte ve kadın bedeni hakkında cinsiyetçi söylemler inşa etmektedir (Köse, 2010: 15).

Haber fotoğraf çekimleri aracılığıyla kadınların önemine yapılan ima sorgulanmıştır. Dizimsel düzeyde değerlendirilen fotoğrafların erkek şiddetinin göstergeleri olduğunu ve olayları kişisel bir şekilde betimlediğini ortaya koymaktadır. Böylelikle benzer davranışların tasvirleri de normalleştirilmektedir. Fotoğraflara seri olarak baktığımızda olayın suçlusunun görünmez olduğunu ancak yine de güçlü bir konumda olduğunu görebiliyoruz. Fotoğrafta zayıflığı temsil eden kadınların görüntüsü görülüyor. Kadın kurban efsanesinin en çarpıcı örneklerinden olan fotoğraflar, kadınların yenilgisini ve baskısını göstermektedir (Köse, 2010: 20). Kadına yönelik şiddetle ilgili haberler,

faillerin eylemlerini zımnen meşrulaştıran cinsiyetçi anlatılar kullanarak kadınları propaganda hedefi olarak kullanmaktadır.

Genellikle kadına yönelik şiddetle ilgili haberler bir gazetenin üçüncü sayfasında yer almakta, bazı durumlarda ise haberler ön sayfaya itilmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden biri şiddetin seviyesidir. Gazetecilere göre şiddet haberlerinin olağan doğası okuyucuyu etkilemiyor, bu nedenle toplumda meydana gelen bıçaklama, öldürme gibi olaylar daha fazla dikkat çekecektir. Dolayısıyla ağızından burnundan kan gelen, yüzü gözü morarmış kadın fotoğrafı birinci sayfada haber değeri taşıyan niteliklere sahip görülmektedir (Altun vd., 2007:23-24).

Gazeteler, bir medya dalı olarak satış veya büyük tiraj için çaba gösterirler. Bu bağlamda gazeteler, kamuoyunun ilgisini çeken haberlere yer vermektedir. Medya, gerilim ve olumsuzluk yaratabileceği, olağandışı bir olay olduğu ve bireyleri duygusal olarak etkileyebileceği için toplumda şiddet içeren davranışlarla ilgili haberler yapmaktadır. Bir suçun toplum üzerindeki etkisi ne kadar büyük olursa, medyanın onu bildirme olasılığı o kadar yüksek olur. Bu açıdan bakıldığında yazılı basın, kadına yönelik şiddetle ilgili haberleri sıklıkla okuyucunun dikkatini çeken haber türü olarak sunmaktadır (Gökulu, Hosta, 2013: 68). Haber metinlerinde bir kadının olaydan önceki hayatı ayrıntılı olarak sunulmakta, belirli çıkarımlar ve "heterojenliklerin" altı çizilmekte ve içerik, popüler değer sistemiyle tutarlı mübalağalar içermektedir. Erkeklerin sadece psikolojik sorunlar nedeniyle veya kadınlar tarafından kışkırtıldıklarında şiddete başvurdukları izlenimi vermektedir (Aziz ve diğerleri, 1994: 18).

Özetle haber metinlerinde kadınların çeşitli şiddet biçimlerinin "mağdurları" olarak tasvir edilmesi, gazetelerde en yaygın tasvirlerden biri olarak kabul edilir. Kadına yönelik şiddetle ilgili haberlerde, şiddet genellikle çeşitli bahanelerle meşrulaştırılmaktadır. Gazetenin üçüncü sayfasına odaklanan bu haberlerde toplumsal bir olgu olarak şiddet, kişisel bir mesele olarak ele alınmakta ve bir polis örneği olarak anlatılmaktadır. Haberlerde olay genellikle magazin haberi olarak algılanmakta ve hatta klasik habercilik kurallarına dahi uyulmamaktadır (Erdoğan, 2010: 10). Kadına yönelik şiddetin bir türü olan öldürme, medyada en yaygın şiddet biçimidir. Bunun nedeni, diğer şiddet biçimlerinin nadiren ortaya çıkması değildir. Dayak ve cinsel taciz gibi daha

yaygın şiddet biçimleri günlük olaylar olarak kabul edilmesi ve gazetelere yansıtılmamasıdır (Aziz, 2005: 23-53). Her şiddet olayı, ataerkil iktidar ilişkilerinin bir sonucu olarak görülmekten ziyade, sanki ilk kez yaşanmış gibi benzersiz, rastgele bir olay olarak rapor edilmektedir.

Gazeteler, kadınları ve onlara karşı işlenen suçları ele alabilir, tablolaştırabilir, bu suçları değerlendirme malzemesi haline getirebilir ve erotik röntgenciliği kolaylaştırabilirler (Tanrıöver, 2006: 116). Bu bağlamda siyaset, iş dünyası ve hatta dergiler gibi “yaşam alanlarında” erkekler fotoğraf ve görsellerde söz sahibi olurken, kadınlar “mağdur”, “namus taşıyıcılığı”, “kurban”, “vitrin malzemesi” gibi roller üstlenmektedirler. Bu roller yeniden üretilerek sunulmaktadır. Bu ortak anlatıdan yola çıkarak, "Kadınlar ne zaman haberlerde yer alacak?" sorusuna verilen yanıtlardan biri ‘mağdur ya da kurban’ olunca olacaktır. Benzer şekilde kadınlar, aile dramalarında şiddet, savaş, çatışma, doğa olayları ve acının sembolü olduklarında haber öznesi olabilirler (Mater ve Çalışlar, 2007: 178). Haber başlıklarında genellikle kadınlar ‘fedakar kadın’, ‘iyi anne’, ‘iyi eş’ olarak sunulmakta ve her zaman muhtaç, zavallı özelliklere sahip olarak haberleştirilmektedirler. Dolayısıyla kadınların insan hakları ihlalleri söz konusu olduğunda, medya "kadınların geleneksel rollerdeki temsili" için en kötü notu alıyor. Çünkü medya metinlerinde kadınlara ‘iyi eş’, ‘fedakar anne’, ‘vasıflı ev hanımı’ gibi isimler verilirken bu kadınların kişisel özellikleri hakkında herhangi bir bilgi vermemektedir (Doğan, 2013: 117).

Kadına şiddet haberleri "aşk cinayeti" gibi tanımlar kullanılarak sunulmaktadır. Haberler bazen failin "işsizliği" ve "uyuşturucu bağımlılığı"nı da vurgulayarak şiddeti haklı çıkarıyor. Söz konusu şiddet, toplumsal bağlamından koparılarak ve çeşitli toplumsal olayların arkasına saklanarak meşrulaştırılarak sunulmaktadır. Araştırmaların da işaret ettiği gibi, medyanın kullandığı eril dil, genel olarak kadına yönelik şiddet haberlerini önyargıyla yansıtıyor. Şiddet içeren haberlerin çoğu, kadınları pasif kurbanlar ve erkekleri saldırgan, şiddetli ve aktif olarak tasvir eder. Ana akım medyada her geçen gün daha fazla şiddet haberleri erkek bakış açısıyla yazılıyor ve yayınlanıyor. Yazılı ve görsel medyada yayınlanan bu mesajlar mevcut düzenin devamlılığını ve yenilenmesini beraberinde getirmektedir. Yani sistem medya üzerinden şiddeti tekrarlıyor. Erkekler ve kadınlar “nasıl kadın ve erkek olunur”u bu şekilde içselleştirmektedirler.

Kitle iletişim araçlarının hayatımız üzerinde büyük etkisi vardır. İletişim araçları sadece eğlence için değildir, günlük hayatımızda kullandığımız bilgilerin çoğunu sağlar ve oluşturur (Tanrıöver, 2006). Basın, tecavüzü meşrulaştırarak ve haber ve magazin programları aracılığıyla şiddeti yayarak kadınların kimliklerini daha da baltalıyor. Cinsel taciz ve tecavüz mağdurlarının medyaya teşhir edilmesi tecavüzle ilgili yanlış anlamalara yol açar. “Kadınlar baştan çıkarıyor”, “suçlu kadınlar”, “kadınlar tecavüz hakkında yalan söylüyor”, “tecavüzcünün psikolojik veya biyolojik bir hastalığı var” gibi ifadeler gerçek dışı düşüncelerin yerleşmesine neden olmaktadır.

Çaresizlik, kadınların ıstırapı ve hatta bazen kadınların bu durumu "hak ettikleri" haber manşetlerinde ve metinlerde sıklıkla işlenir (Tanrıöver, 2008: 159). Doğal afetlerden siyasi skandallara ve bireysel felaketlere kadar, haberler gizli ve açık bir şekilde toplumsal suç failleri için bir organ oluşturur. Bu nedenle özellikle manşetlerde kadın bedeni fail veya mağdur olarak seçilerek erkeklerde bilinçdışının ifadesi olarak aktarılmaktadır. Böylece haber, olan biteni anlatmanın bir aracı olmaktan çok, mevcut iktidarın kurguladığı gerçek kurguyu aktarmanın güvenilir bir aracı haline gelir (Köker, 2007: 136).

Böylece üçüncü sayfa veya dergi malzemesi kullanılarak kadınların işsizlik, eğitimsizlik, sağlık ve sosyal güvencesizlik gibi gerçek sorunları önemsizleştirilmektedir. Cinsiyete özgü rol ayrımcılığı sergileyen ve dolayısıyla toplumsal cinsiyet eşitsizliğini derinleştiren bu temsil biçimi, toplumsal kadın hakları ihlallerine yol açmaktadır. Bu noktada medyadaki kadın imajını ortaya çıkarmak için manşetlerde veya manşetlerde kullanılan anlatılar arasındaki farka dikkat etmek önemlidir. “Üçüncü sayfa” haberleri söz konusu olduğunda, “canavar anne”, “acımasız anne”, “aldatan eş” ve “sapıkça aşık” gibi nitelikler bu listeye ekleniyor. Bu bağlamda kadınları tanımlarken genellikle öfke, empati, merhamet, sempati ya da şefkat duygularını uyandıran sıfatlar ya da otoportreler kullanılır. “Beklenen” ve “beklenmeyen” davranışlar zihinlerde yeniden üretilir. Bu tür mesajlarda, olayı skandal ve tabloid hale getirmeye yardımcı olan fotoğraflar da seçilir ki reytingleri artabilsin.

Haber literatüründe ve içeriğinde hangi başlıkların yer alacağını seçmek, etkili kamuoyu algısı için kritik öneme sahiptir. Çünkü medya çerçeveleri, olayların belirli anlayışlarını üretmek için algı ve düşünmeyi teşvik eden belirli haber anlatılarıdır. Bu nedenle, kitle

iletişim araçlarında olay ve haberlerin düzenlenmesi ve sunulması, izleyicilerin haber anlayışını sistematik olarak etkiler (Tanrıöver, 2008: 24). Bu anlamda mağdurlarla ilgili iyi haberler ve kadınlarla ilgili "cinsel içerikli" haberler yüksek gazete tirajı demektir (Doğan, 2013: 117). Buradaki önemli husus kadınlardan gelen şikyetlerin çoğu manşet olurken, kadınların başarılarının az manşet olmasıdır. Bu bağlamda, kadınların felaket ve mağduriyetlerinin başarılarından daha çok haber değeri taşıdığı sonucuna varabiliriz.

Kitle iletişim araçları, toplumsal şiddetin birincil nedeni olarak tanımlanamasa da, olayların meşrulaştırılmasında, etkilerini artırmada ve mağdurlar için ikincil zararlar oluştırmada rol oynayabilmektedirler. Genel olarak medyanın ve özelde yazılı basının kadına yönelik şiddeti destekleme ve meşrulaştırmada rol oynamasını önlemek için, sorumlu bir gazetecilik yaklaşımı içinde hareket etmeli ve bu haberde kullanılan dile dikkat etmelidir.

Yazılı medya, her kesimden insanın haberleri okuduğunu kabul ederek şiddeti göz yuman bir tondan kaçınmalıdır. "Kan glne döndü", "30 parçaya böldü", "boğazını bıçakla keşti" gibi ifadeler gazetecilik etiğine uymamakta ve ikinci bir şiddet eyleminin doğmasına sebebiyet vermektedir. İncelenen haberlerde şiddete uğrayan yaralı kadınların görüntülerinin kullanılması ve özel hayatlarına ilişkin ayrıntılı bilgilerin açıklanması, kadınları şiddet mağduru ikinci mağdur haline getirebilir. Okuyucu açısından değerlendirildiğinde, şiddetin her ayrıntısıyla bu suça maruz kalmış veya maruz kalma riski olan kadınların suç korkusunu artırdığı görülmektedir. (Gkkulu, Hosta: 2013) Medya, kadına yönelik şiddet haberlerini taşırken kadının cinselliğini ön plana çıkarmakta, olayı haber yapmakta ve bir anlamda davranışa örtülü meşruiyet kazandırmaktadır. 'Mini etek giyen kadın', 'sevgilisiyle yaşayan kadın', 'gece geç saatlerde dışarda kadın', 'tek yaşayan kadın' kadına yönelik şiddet eylemlerini ifade etmektedir. Kültürel olarak gizli ve dolaylı, olumlu bir ifade olarak görülebilmektedirler. Gazetelerin kadına yönelik şiddeti haber yaparken kullandıkları üslubun da benzer oranda şiddeti içerdiği söylenebilir (Gkkulu, Hosta: 2013).

1.4.5. Kadınların Yeni Medyada Yer Alış Biçimleri (Temsilleri)

Kitle iletişim araçları; televizyon, radyo, gazete, dergi, reklam panoları vb. tüm bileşenleri ile sadece mevcut cinsiyet ilişkilerini yansıtmakla kalmaz, aynı zamanda Avrupa sosyal, politik ve ekonomik konjonktür ağ Medya, toplumsal hayatın her

alanında yeni iletişim araçlarının tanıtılması ve teknolojik sektörün gelişmesiyle paraleldir. Filmlerden televizyona, gazetelerden internete, video kliplerden reklamlara, yazılı ve yazısız pek çok farklı biçimde üretilen medya metinleri, birçok farklı iletişim aracıyla insanlara ulaşmaktadır. Bu değişime uygun olarak medya, bireylerin düşünce, davranış ve değerlerinin şekillenmesinde ve değiştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır (İnceoğlu, 2004: 10).

Kitle iletişim araçları, kısa sürede ve tutarlılık ilkesine göre geniş kitlelere ulaşma yeteneğine sahiptir. Medya, toplumun yapısını, yerleşik düzenini ve bireyler arasındaki sosyal ilişkileri yaratma, değiştirme, yeniden üretme ve yorumlama güç ve kabiliyetine sahiptir. Semboller, işaretler, sayılar, kelimeler ve resimlerden veya bunların kombinasyonlarından oluşan mesajlar sadece mesaj teşkil etmez. Aynı zamanda insan dünyasını biçimlendirip yorumlayarak ona yeni boyutlar verirler (Dabbs, 1982: 213).

Günümüzde kitle iletişim araçları, aktardıkları mesajlarla toplumları etkileme gücüne sahiptir. Medya, düşünceleri, davranışları, değerleri ve yaşam tarzını şekillendirmek için etkili bir araçtır. Yani sosyal kavramları ve yapıları oluşturur. Medya, bilginin topluma ulaşmasının önemini listeler ve belirli bir sıraya göre süzerek sunulmasını veya öğrenilmesini sağlar. Toplum için hangi bilgilerin önemli olduğunu belirler veya hangi konunun haber değeri taşıdığı; Örneğin, haberleri gazetenin ön sayfasında sunarak ve fotoğraflarını büyütür veya büyük basılı başlıklarla sunarak topluma dikte eder. Örneğin gazeteler olaylar arasından bir seçim yapar ve bazıları hiç yer almaz, bazıları büyük harflerle ilk sayfada, bazıları ise sayfanın sonunda veya iç sayfalarında yayınlanır. Kitle iletişim araçları onlara konular arasında belirli bir gündem sunar (Yengin, 2009). Gündem teorisine göre, kitle iletişim araçlarının bir konuya verdiği anlam ile ana tezin aynı konudaki genel kamuoyunun görüşü arasında bir paralellik olduğunu belirtir (Yüksel, 2001: 25).

Kitle iletişim araçlarının etkinliği, iletişim bilimleri ve diğer bilimler açısından oldukça önemlidir. Kitle iletişim araçlarının okuyucu ve izleyicilerin tutumlarını etkilediği ve zihinsel hayatlarını kontrol ettiği iddiası önemli bir yaklaşımdır (Güler, 1991: 78). Ancak gazetecilik ve yayıncılık sektörü erkek egemen bir medya sektörüdür. Hiyerarşi ne kadar yüksekse, bir kadın çalışanın bunu görme olasılığı o kadar düşüktür. İletişimde, deneyim ve eğitim farklılıklarına rağmen kadınlar ev içi sorumluluklarının

bir uzantısı sayılabilecek alanlarda çalışmakta; kadın işçilere aynı iş için daha az ücret ödenmekte; çoğu kadın işyerindeki erkek meslektaşlarından cinsiyetçi davranışlara maruz kalmaktadır. İşyeri mekanizmalarının ve mevcut toplumsal değerlerin eksikliği nedeniyle medya çalışması anneler için her zaman zorlaştırılmaktadır. Bu eşitsizliğin nedeni ise mesleğin ayrımcı uygulamaları ve karar vericilerin ayrımcı tutumlarıdır (Altun, A., Altun, E., Gencel, M., 2007).

Günümüzde temsil konusu, sadece eşit haklar ve fırsatlar için değil, sembolik düzeyde de mücadele eden kadın hareketi için en önemli alanlardan biri haline gelmiştir (İnceoğlu, 2004: 15). "Temsil" teriminin sözlükteki anlamına bakacak olursak, o zaman "işaretlerin anlamlarını değiştirme süreci; bir şeyin yerine geçme, onun simgesi veya işareti olma, örnek olma; (Mutlu, 2004: 278) Bu bağlamda renkler, şekiller, kelimeler belirli kurum, kavram ve kişileri temsil eder. Temsil edilenin gerçek hayattaki yeri ve onlara verilen anlam ile farklı temsilleri birleştirir ve dünya insanının, toplumun ve insanın vizyonunu oluşturur (Tanrıöver, 2008: 153).

Medyanın toplumsal gerçekliği inşa ettiği ve yeniden ürettiği varsayımı, temel olarak medyanın belirli konuları veya soruları kullandığı dil ve haber modelleri aracılığıyla yorumladığını ve odaklandığımız konularla ilgili önceliklerimizi belirlediğini ifade eder (Akmeşe, 2014: 19). Bu bağlamda medya ürünlerinin metinsel ve söylemsel özelliklerine göre kadın temsili incelenmektedir (Akmeşe, 2014: 20). Böylece kadınlar medya içeriğinde altı farklı şekilde kategorize edilerek temsil edilmektedir (Köse, 2010: 52).

- Doğal/eşit varoluş: Hayatın herhangi bir alanında kadınların "doğal olarak" erkeklerle eşit olduğu durumlar.
- Anne, Eş, Fedakârlık: Kadınların sadece eş veya anne olarak statüsünü ve/veya "kurban" niteliğini vurgulayan içerik.
- Üçüncü Sayfa/Dergi Teması: Genellikle "Üçüncü Sayfa" olarak tanımlanan haberlerde kadınları katil, suçlu veya tam tersi kurban olarak gösteren haberler ve özellikle bu kategorideki aşk ilişkileri, kıyafetler ve şov dünyasının yıldızlarının ziyaret ettiği yerler gibi içeriklerdir.
- Cinsellik Nesnesi/Zevk Nesnesi: Haber veya içerikle doğrudan ilgili olmasa bile kadınların bedenlerini/cinselliğini öne çıkaran içeriklerdir.

- Organizasyon/Etkinlik nesnesi: Bu, kadınların herhangi bir etkinliğe (sosyal, politik, kültürel) doğrudan katıldıkları veya belirli bir organizasyonun parçası olarak sunulduğu içeriktir.
- Araçsal mevcudiyet: Doğrudan içerikle ilgili olmasa da kadınların gündelik ifadelerde "özne mankenleri" şeklinde sunulduğu içeriktir (Köse, 2010: 20).

Medyada kadın ve erkeğin toplumsal cinsiyet temsili üzerine yapılan araştırmalar, bu medyada yer alan görüntülerin cinsiyetçi kalıp yargılar içerdiğini göstermektedir. Cinsiyet ayrımcılığı; Daha geniş anlamda kadın ve erkeğe ilişkin toplumsal cinsiyet kalıp yargılarını içermekle birlikte esas olarak kadınlara karşı ayrımcılığı ifade etmektedir (İnceoğlu, 2004: 20). Tüm tutum, davranış ve eylemlerin kullanılması, kadınların toplumda ikincil ve aşağı konumda olduğunu ve tüm kurumsal ve ideolojik fırsatların onları yeniden ürettiğini göstermektedir (Timisi, 1998: 2).

Medya ayrıca sosyal değerlerin ne olduğunu, neyin "doğru" ve neyin "yanlış" olduğunu gösterir. Basmakalıp toplumsal cinsiyet rolleri medyada defalarca tekrarlanmakta ve desteklenmektedir. Çeşitli çalışmaların gösterdiği gibi, medyadaki kadın ve erkeklerin homojen ve klişe temsili, toplumdaki geleneksel eğilimleri desteklemektedir. Çünkü medyanın işlevi, birçok insanın günlük yaşamının üstesinden gelmede adaptasyonu kolaylaştırmaktır (Timisi, 1998).

Genel olarak iletişim araçlarına bakıldığında bu araçların belirli kesimler ve gruplar adına tanımlamalar yaptığı; ancak bu kısımların sözlerine yer bırakmadığı görülmektedir. Bu gruplardan biri de kadınlardır (Timisi, 1998). Kadınların kamuoyunda yer almaması da onların kamusal bilgi ve bilgi edinmelerini engellemektedir. Sahip olunan bilgilerin içeriği, kadın ve erkek kimliği üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu bilgiler bazılarını üretici, bazılarını da kullanıcı olarak kurmaktadır. Bu durumda kadınlar alan, kullanan ve tüketen konumuna düşürülmektedir. Herhangi bir sosyal grubun belli yerlerde kendi adına konuşamaması, o mekânlarda görmezden gelinmeyi veya yanlış temsil edilmeyi doğal kılmaktadır (Timisi, 1998: 12). Daha önce de belirtildiği gibi bunun en bariz örneği iletişim araçlarındaki temsillerdir (İnceoğlu, 2004: 26).

Medya metinlerinde kadınlar genellikle iki klişe tipolojiye dâhil edilir: ya "aşağılık ve kötü kadın" ya da "toplum tarafından verilen rollere göre anne ve iyi eş olarak kadın".

Kadınların çalışma yaşamına dâhil edilmesi de kadına uygun iş tanımları üzerinden sunulmakta ve bu kavramların dışında kalan kadınlar marjinalleştirilmektedir. Ayrıca, kadınlar "beden"e indirgenir; Kadınlar dikkat çekmek, görünürlüğü artırmak ve sansasyon yaratmak için bedenlerinde sömürülmektedir (İnceoğlu, 2004: 27). Medya metinleri toplumsal dinamiklerin yanı sıra kadınların hayatındaki değişimleri ve yeni sorunları da görmezden gelmekte ve medya metinleri kadınlığın farklı durumlarını ve yaşamlarını sunmamaktadır (Gencel, Bek ve Binark, 2000:150). Kadınlar medyada temsil edilseler de kendilerini farklı biçimlere sokarlar, yani egemen ideolojiler bağlamında farklı rollerde sunulurlar (Tanrıöver, 2006: 18).

Yeni medya, yapısı itibariyle geleneksel medyadan farklılaşsa da içeriğindeki cinsiyetçi söylemi meşrulaştırmakta, erkeklerin egemen olduğu eril bakış açısını tekrarlamakta ve geleneksel medya ile kadının toplumsal yapıdaki ikincil konumunu güçlendirmede işbirliği yapmaktadır. İnternet haber portallarında kadın temsilleri üzerine Zuhâl Akmeşe tarafından "İnternet Haber Portallarında Kadınlara Yönelik Cinsiyetçi Söylem Biçimleri" başlıklı bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda kadınların haberlerin yüzde 54 'ünde mağdur veya kurban, yüzde 15'inde tanındık veya akraba olarak yer aldığı ve çoğunlukla kadınların mağdur, suçlu olarak sunulduğu ortaya çıktı. Haberlerde iş dünyasındaki kadınlardan, başarılarından veya olumlu gelişmelerden çok az bahsedildiği veya hiç bahsedilmediği tespit edildi. Kadınlara ilgili haberlerde anne, eş, metres, gelin, damat, hanımefendi, prenses, yabancı, eş vb. sıfatlar kullanılmış ve genellikle kadınları ikinci tekil şahıs olarak tanımlanmıştır. Güzellik kraliçeleri, prensesler, cazibeler, oyuncak bebekler vb. sıfatlar yer aldığı tespit edilmiştir. Haberin fotoğraflarına bakıldığında, mağdur haberlerinde yer alan kadınların genellikle ağladığını, ellerini başlarına siper ettiğini ve çaresiz bir durumda olduklarını görebilirsiniz. Kadınların fiziksel özelliklerini veya cinselliğini vurgulayan romanlarda, kadının vücudunu, cinselliğini ve göğüs dekoltesini öne çıkaran fotoğraf çerçeveleri bulunur. Haberlerde kullanılan dile bakarsak cinsiyetçi söylemin sürdürüldüğünü görürüz; Bilim insanı, iş adamı, politikacı vb. tanımlara nadiren de olsa yer verildiği görülmüştür (Akmeşe ve Deniz, 2015: 323).

Sosyal medya içeriklerine katılan kadınlar, kadına yönelik şiddete, cinsel şiddete ve tacize karşı seslerini yükseltirken bazen erkek egemen bir cinsiyet rejiminin baskın söylemlerini tekrarlayarak toplumsal eşitsizliğin derinleşmesine de katkıda

bulunabiliyor. Sosyal medya ortamları, kişilerin istedikleri şeyler hakkındaki görüşlerini eleştirel bir konumdan ifade etmelerine olanak sağlasa da, sosyal medyada gerçekleşen iletişimin ağ ilişkilerinden veya sosyo-kültürel normlardan çok bağımsız olmadığı görülmektedir. Sosyal medya platformlarında kullanıcılar, çevrimiçi sosyalleşme sırasında geleneksel kadınlık ve erkeklik tanımlarına uyum sağlama veya bunlara direnme fırsatına sahiptir.

1.5. Post Truth Çağ ve Post Truth Çağın Medya Üzerinden Üretimi

1.5.1. Post Truth Kavramı Ve Tarihçesi

2016 Oxford sözlüğünde yılın kelimesi seçilen post-truth kavramı, Türk akademik ve popüler literatüründe yoğun ilgi ve tartışma yarattı (McIntyre, 2018: 1). Hakikat sonrası dönemin başlangıcı 2016 yılı gibi görünse de kavramın ilk kullanımı aslında 1992 yılına kadar uzanmaktadır. Steve Tesich, "Biz, özgür insanlar olarak, hakikat ötesi bir dünyada yaşamaya bilinçli olarak karar verdik" ifadesiyle başlar (Tesich, 1992: 13). Sismond'a göre, gerçek sonrası kavramı, ABD seçimleri sırasında, sahte haberlerden beslenmelerini, doğrulama platformlarını ve haber kuruluşlarına düzenli olarak sunulan yeni medyayı çevreleyen komplo teorilerini beslediği için popüler hale geldi.

Buradaki “post” kavramını İngilizcenin diğer kullanımlarındaki gibi “sonra” anlamı olarak kullanmak yanlış olmaktadır. Yani kavramı “hakikat sonrası” diye çevirmek doğru bir kullanım olmamaktadır. Kavram gerçekliğin gölgelendiği, hükümsüz hale geldiğini, varolan gerçekler verilere dayansa bile hatta herkes istatistiksel beyanların gerçekliğinden haberdar olsa dahi gerçeklik bütünüyle görelî hale gelmiştir (McIntyre, 2018: 25). Buna göre post-truth kavramının en ayırt edici özelliği doğru/hakikat kitleler tarafından ona ulaşma noktasında bütün alanlara yayılmıştır ve duygusal anlamda daha tatmin edici olan tercih edilmektedir (Tesich, 1992: 143). Tesich’in 1992 yıllarında gündeme getirdiği kavramın bir çeşit doğrunun tercih haline geldiği ve bu doğru bütünüyle objektiflikten uzak, menfaat odaklı hale gelmiş bir dünyayı ifade etmek için kullanıldığı görülmektedir. Ralph Keyes (2017) ise kavram popülerleştikten sonra en çok referans gösterilen çağdaş dünyada yalanın durumunu, hakikatin yitimini inceleyen kişi olmuştur. Ralph Keyes’e göre post-truth çağ söylenebilecek her şeyin mübah olduğunu bütün dişil ve eril olan bireyler için neyin doğru neyin yalan ve kim yalancı gibi

konularda kişilerin kendi istediğini seçtiği bir dönem olduğunu iddia etmektedir (Keyes, 2017: 85).

Gerçekten de bugün kitleler menfaatine uygun düşen bir fikri tercih ederken, önermenin veya bilginin dış dünyayla veya istatistiksel olan somut verilerle alakasız ve hatta çelişkili olma durumlarını dahi önemsememekte ve kendileri açısından inanılması daha iyi olanı tercih etmektedirler. McIntre'ye göre post-truth çağ gerçeğin reddedildiği kimi zamanda gerçekliğin değiştirilebildiği ve yeniden oluşturulabilir olduğunu öne sürerek gerçeklik mefhumlarının adeta anlamsız ve yersiz kılındığını anlatmaya çalışmıştır (McIntre, 2018: 20-31). Dolayısıyla kavram günümüzde epistemolojik anlamda imkânsız bir hale gelmiş, toplumsal anlamda ise zararlı bir hal almaya başlamıştır. Düşünürler post truth çağa giden yolun temel sebebini üretildiği toplum tarafından belirlendiği şeklinde bir önerme öne sürmüşlerdir. Bu söylemin etrafında oluşturulan toplumda hangi ideoloji eğilimleri baskınsa bu ideolojinin gerçekleri yansıtılacağı gibi toplumsal dönemin koşulları da gerçeğin üretiminde etkili olmaktadır. Dolayısıyla bilgi sosyal bir uzlaşının ürünü olmakta ve böylelikle onun hakikati yadsınmaktadır. Post-truth duruma giden yolda bilgi hakkındaki 'kaygı' doğruluk versiyonlarının artık tek bir merkezden kontrol edilemiyor oluşundan kaynaklı bir krizdir. O halde bireyin inşa etmiş olduğu gerçeklik kültürel çevresinin bir ürünüdür.

Günümüzün hakikat ötesi bir dönem olarak görülmesinin ve bu tür derinlemesine araştırmalara ihtiyaç duyulmasının nedeni, bireylerin anlayabilecekleri olayları kendi çevresel faktörlerine dayanarak gerçeklerden yola çıkarak anlamaları ve 2016 yılında kullanımın bir önceki yıla göre nasıl arttığıdır (Çömlekçi, 2019: 60). ABD seçimlerinde Donald Trump'ın seçilmesiyle birlikte bu kavramın artan kullanımı oldukça arttı. Seçim boyunca Donald Trump, rakibi Clinton'ı gerçek olmayan gerçeklerle itibarsızlaştırmaya çalıştı. Donald Trump'ın seçim zaferi dünya medyası üzerinde büyük bir etki yarattı ve olaydan bu yana gerçek kelimesi önemli ölçüde büyüdü.

Türkiye'de post-truth kavramı pek çok farklı kelimedede kullanıyor ancak hala bu kelime üzerinde fikir birliği yoktur. Kavramın Türkçe kullanımı için; gerçeklik sonrası, gerçek ötesi, post gerçeklik, post hakikat, hakikat sonrası, hakikat ötesi gibi birçok kavram kullanılmıştır (Atmaca, 2016: 61). Truth kelimesinin Türkçedeki karşılığı ise hakikat olmuştur. Post ön eki hakikatin yitimi şeklinde kullanılmıştır. Gerçeğin artık geçerli

olmadığını ve bağlamsal ve kültürel faktörlere bağlı olarak yeni bir gerçeğin yerini aldığını ve artık kullanılmasına gerek olmadığını göstermek için eklenir (Coşgun, 2021: 67-82). Post-truth kavramı yeni gibi görünse de tarihin her dönemine hâkim olmuştur. Konseptin antik çağlardan günümüze uzanan bir yolculuğu vardır. Antik çağda bireyler kendi gerçekliklerini yaratırken, aynı zamanda sosyal çevrelerinden aldıkları bilgilerle şekillenen belirli bakış açılarına da sahiptiler. Bu, bu dönemde kullandığımız hakikat sonrası kavramını tanımlar.

Hakikat sonrası dönemde, iktidarın ikna yöntemlerinde kullanılması bu dönemin oluşmasında olumlu rol oynamıştır. Başka bir deyişle, güç güçleri ikna yoluyla hedef kitlenin arzularını etkilemekte ve bunu yaparken dilin, sembollerin ve medya araçlarının bilinçli kullanımı bağlamında ortaya çıkmaktadır. Özetle bu dönemde duygusallık ön planda rasyonellik ise geri planda tutulmaktadır. Bireyler gerçekliklerini oluştururken gücü elinde bulunduran bireyler tarafından ikna edilmekte ya da sosyal ortamdan aldıkları enformasyonlar çerçevesinde rasyonellikten uzak bir hakikate yönelmektedirler. Günümüzde bu döneme post-truth çağ denilmektedir.

1.6. Post Truth'un Yer Aldığı Alanlar

Çalışmanın bu bölümünde gündelik ve toplumsal yaşam üzerinde bu kadar büyük etkisi olan post-truth sıfatının kapsadığı alan ele alınacaktır. Harsin'in (2018) araştırmasında hakikat sonrası kavramının bu alanlarda nasıl bir yer edindiği anlatılacaktır. Yukarıda bahsedilen sinerjik alanlar, teknoloji ve ilgi ekonomisi, yeni medya ve gazetecilik, propaganda kültürü ve profesyonel siyasal iletişim ortaya çıkmıştır (Harsin'den akt. Kesinkaya, 2021).

1.6.1. Teknoloji ve Dikkat Ekonomisi

İnternet teknolojisinin hızlı gelişimi ile hakikat sonrası bir çağda bulunmaktayız. Teknoloji, özellikle zamanının çoğunu sosyal medya platformlarında geçiren kitlelerin oluşmasıyla birlikte büyük ekonomik yapıların oluşmasında rol oynamaktadır. Sosyal medya platformları halk tarafından günlük yaşamlarını paylaşmak ve bilgi ihtiyaçlarını karşılayan bilgileri elde etmek için kullanılırken, yetkililer tarafından da kamuoyunu yönlendirmek için kullanılmaktadır.

Sürekli bir bilgi akışına tabi olan ve aynı zamanda bilgi üreten bireyler, sosyal medya araçları yardımıyla gerçeklerini kitlelere yaymaktadır (Castler'den akt. Özkök, 2019). Bu durumda daha önce de belirttiğimiz gibi gerçeği yayarak kullanıcıları yönlendirme gücü kaçınılmaz hale gelmiştir (Keyes, 2017: 19). Sosyal medya platformları aracılığıyla elde edilen algoritmalar sayesinde insanlar, dikkat ekonomisi bağlamında kişisel davranışlarını kontrol etmeye başlıyor. Sosyal medya platformlarındaki dikkat ekonomisi nedeniyle, kullanıcılar yanlış, abartılı veya abartılı başlıklarla bu bilgilere itilmektedirler. Aynı zamanda insanların geçmişte bu araçlara yaptıkları tıklamalar da dikkate alınarak sosyal medya araçlarından türetilen algoritmalar sayesinde dikkat ekonomisine değer katacak bilgiler ön plana çıkmaktadır.

Dolayısıyla etkileşimde bulunduğu, beğendiği, paylaştığı ve takip ettiği kişiler ve gönderiler aracılığıyla sosyal medya kullanıcısı haline gelen bireyler/kitleler, gönüllü olarak anonim olarak yapmalarına rağmen, daha önce etkileşime girmedikleri kişi veya gönderilerle karşılaşmazlar, çemberden kaçamamaktadırlar (Alpay, 2020: 13). Hakikat sonrası dönemde, dijital ekonominin sahip olduğu teknolojik altyapının hızla gelişmesiyle birlikte bilgi miktarı artarken bilginin kalitesi arka planda kalmaktadır. Bireyler, sosyal medya araçlarının hızlı yaşama ve hızlı değişimlerine açık, hem üreticisi hem de tüketicisidir. Sayısal iletişim yapıları kitlelerin hızlı hareket etmesi nedeniyle kazançlı olduğu gibi, doğru ve yanlış bilgi arasındaki çizgiler bulanıklaşmakta, kitlelerin algısı kurgulanmış bir gerçeklik üzerinden yaratılmakta ve bazen dikkatleri farklı yönlere kaydırılması amaçlanmaktadır (Alpay, 2020: 16).

Bireyler sosyal medya araçlarına kayıt olurken cinsiyet, ikamet yeri ve yaş aralığı gibi ek bilgileri de paylaşmaktadırlar. Daha sonra bu kanallarda yaptıkları yorumlar, takip ettikleri kişiler, beğendikleri profiller, paylaştıkları bilgiler veri olarak kayıt altına alınmaktadır. Böylece bireyler veri madenciliğinin nesnesi haline gelir ve bu kanallarda yaptıkları her eylem dikkat ekonomisinin sınırları içinde kullanılabilir.

1.6.2. Gazetecilik

Hakikat sonrası dönemden en çok etkilenen ve dâhil olan alanlardan biri gazeteciliktir. Özellikle dikkat ekonomisi bağlamında ele alınan haberler çarpıcı biçimde değişmiştir. Aynı zamanda bir haber kaynağı olarak, sosyal medyanın ortak bir aracı olarak haber kavramının değişmesinde de büyük rol oynamıştır. Post-truth çağıda, sosyal medyanın

aşırı derecede etkisi ile gazetecilik anlayışı iki konuda değişmiştir. Biri dikkat ekonomisinin kapsamlı haber akışı, diğeri ise yurttaş gazeteciliği. Haber ve ilgi ekonomisi haberin daha fazla hikâye üretmek kullanıcıları sunulduğu dijital medyada bütünleşik haber akışları ortaya çıkarmaktadır. Bu noktada haberin hikâye anlatımı ile kullanıcılar haberdeki gerçeği kendi algılarına özel bir şekilde yorumlamaktadır (Baç, 2020: 17).

Ek olarak, ekonomi odaklı makaleler arasında sansasyonel başlıklar öne çıkmaktadır. Haber kanalları dijitalleştikçe, azalan personel ve artan yayın hızları gibi değişiklikler, görünür hacmine rağmen tamamen insanların dikkatine odaklanan düşük kaliteli haberlerin oluşmasına neden olmaktadır (Baç, 2020: 34). Bu nedenle yalan haberler ve söylentiler bollaşmıştır (Köktürk, 2020: 35). Post-truth çağda, dünya fenomen ve olaylarının yeniden üretilmesinde en büyük rolü oynayan bilgi ve gazetecilik kavramlarına şüphe, güvensizlik ve kaygıyla yaklaşılmaktadır. Burada, kullanıcıların önceki haber okuma deneyimlerinden elde ettikleri güvensizlik faktörü vurgulanmaktadır (Köktürk, 2020: 55). Bununla birlikte sosyal medyada hızla yayılan görüntülerin manipülatif gücünden de bahsetmek gerekmektedir. Hakikat sonrası dönemde yeni bir gerçekliğin inşası bireyleri ve hatta toplumu inşa edilen yeni gerçekliğe inandırmaktadır. Resimlerin hatırlanması, kelimeler ve metinlerden daha kolaydır. Bu noktada vatandaş gazeteciler ve haber portalları genellikle video, görsel ve fotoğraf çerçevesinde görselleri tercih etmektedirler. Ortaya çıkan görüntüler, belirli ideolojileri karalamanın ve kitleleri manipüle etmenin yaygın bir yoludur.

Kamuoyunu manipüle eden görsellerle ilgili en önemli şey, bunların delil olarak kullanılmasıdır. Kamuoyu belirli görüntülere, özellikle de güvenmediklerine inanmaya daha isteklidir. Çünkü görüntülerin gerçeği yansıttığına ve ateş olmayan yerden duman çıkmadığına inanılır (Yağmur, 2015). Bu noktada fotoğraf, video ve görsel çalışmalar post-truth çağda insanları manipüle etmenin en popüler yöntemleri arasında yer almaktadır. Geleneksel medyanın yerini sosyal medya almıştır. Bu, sosyal medya gönderilerinin (özellikle güncel olayların) hızlı ve yaygın bir şekilde paylaşıldığı anlamına gelmektedir. Burada Uberti (2017) bilginin halka ulaştığını savunuyor. Bilgilerin doğruluğu garanti edilemez ve bilgilerin doğruluğu da risk altındadır. Bu nedenle gazetecilerin oynayacağı önemli bir rol var, demektedir (Uberti'den akt. Karagöz, 2018).

Hakikat sonrası dönem, hızlı bilgi akışı, yalan haber, hikâye sunumu profesyonelce hazırlanmış ses ve video montajları sağlamakta ve böylelikle bilgi özgünlüğünün önemsizleştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu noktada gazetecilik, gerçeğin pahasına bilginin hızla yayılmasının neden olduğu bir yanlış bilgilendirme sorunuyla karşı karşıya kalır ve hakikat sonrası dönem giderek büyür. Post-truth çağda gazeteciliğe farklı bir gözle bakarsanız, haber kuruluşlarının bilgiyi ideolojik bir perspektiften sunmaları gerekmektedir (Jameson, 2018: 180). Böylece kendi ideolojilerine ait hedef kitlelerin zihinlerinde yer alırlar. Bireyler kaçınılmaz olarak karşı oldukları ideolojiye karşı bir nefret duygusu geliştirirler.

Sonuç olarak, hakikat sonrası dönemde haberlere duyarsızlık sağlanmakta ve giderek daha fazla izole olan bireyi daha da bölerek önüne geçilemeyecek toplumsal sorunlar oluşumunun temellerinin atılmasına neden olmaktadır. Aynı zamanda gazetecilerin sosyal medya ortamında geniş bir takipçi kitlesine sahip olması ve kendi ideolojik bakış açılarına dayalı paylaşımlarının doğru kabul edilmesi nedeniyle, kişisel güvenin mesleki statüsü gerçeği korumada önemli bir rol oynamaktadır.

1.7. Post Truth Çağın Medya Üzerinden Üretimi

Sosyal medya, yoğun iletişim içeren ve kullanıcılara bilgi, fikir ve bilgiyi paylaşma fırsatı sunarak etkileşim sağlayan yeni medya biçimlerini ifade etmek için sıklıkla kullanılan çevrimiçi ortamlar ve web siteleri olarak tanımlanabilir (Karagöz, 2018: 678). Keyes'e (2017) göre, modern teknoloji hakikat sonrası dönem için uygun bir zemin oluştururken medya, hakikat sonrası dönemin ana kolaylaştırıcılarından biri olmuştur. Özellikle sosyal medya aracılığıyla kamuoyu, gerçeklerden ziyade görüşler ve duygular tarafından belirlenir ve yalanlar ve aldatmalar günlük refleksler haline gelir. Siyasette ve toplumda yalan daha yaygın hale gelmiştir ve dürüstlük değerini kaybetmiştir. Aslında gerçeğin anlamını yitirmesi ve sosyal medyanın yükselişi yalan haberlerin yayılmasında büyük rol oynamaktadır. Bu süreçte haber ve kanaat arasındaki çizginin bulanıklaşması, insanların bilinmeyen bilgileri, nerede ve ne ölçüde doğru paylaşıyor olması, içerik ve gerçeklerden sapma ile bireylerin memnuniyetini etkin bir şekilde etkilemektedir (McIntyre, 2019: 91-95).

Bu yeni medya ortamında, birçok argümanın karmaşıklığına rağmen yalanları itibarsızlaştıramama, post-truth'un ortaya çıkmasına neden olmuştur (McIntyre, 2019).

Özellikle belirli yasalar ve kurallar nedeniyle doğrulanabilir olması, her yönüyle ve her ülkede farklı sosyal ağlar, belirli suçların (şiddet, terör vb.) dışındaki içeriklerin kontrolsüz kalmasına neden olmaktadır. Bu ağlar yanıltıcı, yanlış, manipüle edilmiş içerik ve metinler, sahte haberler, resimler ve videolar dağıtmaktadır. Hakikat sonrası dönemin belirleyici faktörlerinden biri olan kasıtlı, kontrolsüz ve çoğu zaman doğrulanamayan yanlış içerik ve yanlış bilgiler, medya platformlarında kullanıcılara doğru ve gerçek olarak sunulmaktadır. Bu doğrultuda yeni medyanın da yardımıyla modern çağda kitleleri yönlendirmede medya ve kitle iletişim araçlarının etkisi değişmiş ve kitlelerin anlayışı da bu doğrultuda değişmiştir.

Özellikle Twitter ve Facebook gibi sosyal ağlarda yayınlanan milyonlarca içerik değişkendir ve birçoğu yanlış bilgi içeren bu içerik kaynağı sorgulanmadan kitleler tarafından paylaşılabilir ve kabul edilebilir olmaktadır. Bireylerin sosyal ağlarda ve sosyal ortamlarda oluşturdukları etkileşimler, sosyal medya kullanıcılarının kendi duygu ve düşüncelerine hitap eden, oluşturdukları sosyal çevrede saygı duyulan, doğru olmasa bile mesajlar almasına ve paylaşmasına olanak tanır. Bu ortam, kullanıcıları kendi duygu ve düşüncelerine hapsedikleri bir yankı odasına sokar. Sosyal ağlarda yayılan tüm bu bilgileri araştırmak ve doğrulamak mümkün olmadığı için kişilerin hakikat algılarını olumsuz etkileyerek, birey algısında gerçeğin neredeyse buharlaştığı hissini yaratmaktadır. İnsanların kendi düşüncelerini arayıp, kafa dengi insanları dinlediği yankı odalarından yayılan yalan haberler, yanlış bilgiler ve farklı düşüncelere yer olmayan sosyal medya sızıntıları toplumun gerçeği haline gelmektedir (Atmaca, 2016: 105).

Öyle ki yeni medya çağında, gelen bilginin doğruluğunu öğrenmek için geçen süre, yanlış bilginin yayılmasından çok daha yavaştır. Bu nedenle sosyal medya ve iletişim araçları aracılığıyla yayılan bilgiyi gerçeği süzmeden kabul etmek toplum ve bireyler üzerinde olumsuz bir etki yaratmaktadır (Atmaca, 2016: 111). Bu bağlamda modernizmle birlikte gelişen ana akım medya, ulusal boyuttan uluslararası boyuta geçmiştir. Ana akım medyadaki aydınlar tarafından hala doğruya ulaşmak için yalanlar, safsatalar ve yanlış beyanlar yapılıyor, ancak yayınlanan yalan haberler rasyonel olarak desteklenen gerçek bilgilere dayandırılmaya çalışılmaktadır. Bu noktada ana akım medya, hakikat sonrası bir dönemin ortaya çıkmasını engellemek için bir mekanizma

olarak hareket etmektedir. Medyanın yeni teknolojilerle birlikte yarattığı değişim, hakikat sonrası dönemin en önemli nedenlerinden biri olmuştur.

Bu platformdaki haber kaynaklarının çoğalması, yalanlara, söylentilere ve kulaktan dolma bilgilere daha geniş bir erişim sağlamaktadır. Ana akım medya ile karşılaştırıldığında, insanlar arasında paylaşılan çevrimiçi yalanlar hemen doğru olduğu izlenimini edinebilir. Artık insanlar yaygın inanışla çelişen deliller sunduğunda, delilleri kabul etmek yerine gerçeği görmezden geliyorlar (Alpay, 2020). Hatta iletişim olanaklarının bu kadar arttığı bir ortamda gerçeğin tam tersine ulaşmanın zorlaşması da hakikat sonrası dönemin bir ironisi olarak görülebilir (Şimşek, 2018).

Öyle ki, internetin keşfiyle birlikte sosyal medya, fikir ve ortama hâkim olmuştur. Bu platformlarda yayınlanan bilgi, fotoğraf ve videoların küresel dağılımı ve etkisi önemli sonuçlar doğurmaktadır. Bu aşamada çoğu sosyal medya kullanıcısının farkındalığının düşük olması da istismarı artırmaktadır (Karaboğa, 2016: 182). Özellikle son yıllarda iklim değişikliği, aşılar ve kalkınma gibi konulara bilimsel yaklaşımlar, gerçeğin önyargı yoluyla kötüye kullanıldığını göstermektedir (McIntyre, 2019: 3). Ayrıca sosyal medyada yoğun bilgi tahrifatı ve çoklu etkilerle yanlış bilgilerin yaygınlaşması (Şimşek, 2018: 80-120), sosyal medyanın asıl amacından uzak kullanıldığını göstermektedir. Aslında sosyal medyada algı yönetimi şanstın çok daha geniş anlamda psikososyolojik analize dayanmaktadır.

Özellikle bu süreçte birden fazla enstrüman ve tekniğin kullanıldığı ve tutarlılık gerektirdiği görülmektedir. Demografik ve sosyal özelliklere göre farklı stratejiler oluşturmak ve kültürel dinamiklere göre sembol, sembol ve ritüelleri farklılaştırmak (Köktürk, 2020: 35-55) gerçeği kendi temellerinden kaldırmanın mümkün olduğunu göstermektedir. Bilgi, farkındalık, dikkat eksikliği, düşünce karışıklığı, önyargılar, açgözlülük, ego, manipüle etme arzusu ve daha kültürel arka plan gibi bazı dış nedenler, yanılsamaların etkisi altında etkili olabilirler (Alpay, 2020: 105-109). Ayrıca sosyal medya platformları, dijitalleşen dünya ile dijitalleşen kimlik algılarının yeniden şekillenmesinde yanlış bilgilendirme ve manipülasyon oluşturmaya oldukça uygun platformlar haline gelmiştir (Korkut, 2017: 57-71). Bu noktada hakikat sonrası dönemin daha iyi anlaşılmasına yardımcı olan, yanlış bilgilendirme ve manipülasyonun hem nedeni hem de sonucu olabilecek bazı kavramlara kısaca değinebiliriz:

1. **Filtre Balonu:** İnternette gezinen kişilerin aldığı bilgilerin kişisel bir dünya yaratması ve her kişinin kendi zevk, tercih, duygu ve düşüncelerinin ayrı bir balonu haline gelmesi anlamına gelir. Bu süreçte kendileri hakkında benzer bilgiler edinen kişiler, ait oldukları sosyal gruplarda mevcut statükoyu sürdürürler (Pariser, 2011).
2. **Yankı Odası:** Metaforik bir tanım olan bu kavramda bireyler farklı fikir, görüş ve anlaşmazlıklara kapalıdır. Farklı fikirlerin ve ayrımların adeta sansürlendiği bu ortamda birey kendi veya çok benzer sonuçların yankılarını ve yansımalarını beslemektedir (Erdoğan, 2020: 83-108).
3. **Deep Fake:** Sahte içerik oluşturmada etkili olduğuna inanılan bu kavram, özellikle teknolojinin ve yapay zeka uygulamalarının gelişmesiyle, ses simülasyonu ile oluşturulmuş videoların yanı sıra, kişilerin mevcut görüntülerinin farklı görüntülerle değiştirilebildiği gerçeküstü bir uygulamadır (McIntyre, 2019).
4. **Sanal Gerçeklik:** Katılımcılara 3D uygulamalar aracılığıyla gerçek bir his veren sanal simülasyon modelleridir. Tıp, eğitim, eğlence ve oyun gibi birçok alanda kendine yer bulan bu kavram Baudrillard'a (2014) paralel olarak hem fiziksel hem de sanal olarak çok farklı gerçekliklerin üretildiği bir dünya yaratmaktadır (Sayın, 2020: 131)
5. **Bilimsel İnkâr:** Bilimsel kanıtlar yerine duygu ve kişisel görüşlerin rapor edilmesinin bazen kişisel çıkarlara zarar verdiğini ve medya ve tartışmalarda bazen bilime ve bilim adamlarının açıklamalarına olan inancın yitirilmesini ifade etmektedir (McIntyre, 2019: 38).
6. **Doğrulama Önyargısı:** Psikolojide rasyonel karar vermenin bir yanılgısı olarak kabul edilen teoriye göre, kişinin bir düşüncenin bu düşünce ve fikirleri desteklediğine inandıktan sonra önüne gelen tüm bilgi ve olayları kullanmasıdır. Onay yanlılığı, kişinin kendi duygu, düşünce ve inançlarını pekiştiren ve destekleyen bilgi arayışıdır (Howell, 2021).
7. **Postmodernizm:** Postmodern görüş, insan algısından bağımsız olarak var olan nesnel bir gerçekliği reddeder ve bilginin sınıf, ırk, cinsiyet ve diğer değişkenlerin süzgecinden oluştuğunu doğrular. Objektif gerçeklik kavramını reddeder ve gerçeğin yerine perspektif ve konumlandırma kavramlarını koyar (Şimşek, 2016). Postmodernizmin ideolojik yansımalarıyla gerçeklik belirsizleşirken, inkâr genel bir

tavır olarak kabul edilir ve gerçek dünya popülizme evrilir ve gerçeklik gösterir (Şimşek, 2016: 0-57).

Bu kavramların kişisel ve sosyal hayatımızdaki yaygınlığı göz önüne alındığında, hakikat sonrası kavramlar hakkında geniş düşünmemiz gerekmektedir. Hakikat ve dezenformasyon kavramlarının çatışması, hakikatin anlamını yitirmesi ve gerçeğe verilen değerin bu şekilde kaybolması, bu tehlikeyi hisseden ulusları ve belirli örgütleri dezenformasyonla mücadele için eylem planları yapmaya sevk etmektedir (Güngör, 2001). Ancak eleştirel bir bakış açısı bu sürecin olumsuz etkilerini en aza indirmek ve zamanla ortadan kaldırmak için önemli bir başlangıç noktasıdır. Bir metni okuyabilen veya dinleyebilen, metnin asıl amacını ve sonucunu anlayabilen, sorgulayabilen, yorumlayabilen ve nedensellik ilişkisi kurabilen herkes büyük veri karşısında kafa karışıklığını giderebilir (Şimşek, 2016: 167-176). Bu bağlamda kaynakları, URL adreslerini, tarihleri ve başlıkları karşılaştırma yeteneğine sahip ve sahip olduğu bilgilerin maddi doğruluğundan emin olan bireylerin bir dereceye kadar dijital medya okuryazarlığına sahip olmaları da önemlidir (İnceoğlu, 2004: 78- 79).

BÖLÜM 2: ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

2.1. Araştırmanın Yöntemi

2.1.1. Araştırmanın Tipi

Bu araştırmanın tipi, nitel bir araştırma olarak içerik analizi araştırmasıdır. İçerik analizi tekniğinin sosyal bilimler açısından önemine ve araştırmamızla uyumlu olan kısmına değinecek olursak sosyal bilimlerde deney ve gözlemin mümkün olmadığı araştırmalarda içerik analizi rahatlıkla kullanılabildiğini söylemek mümkündür. İçerik analizini nicel anlamda özellikle doküman analizinde de görmek mümkün olsa da bugün yoğunlukla nitel çalışmalarda görüyoruz. Bu anlamda son yıllarda dünya çapında nitel araştırmaların artmasıyla birlikte içerik analizi yöntemi daha da önem kazanmıştır (Tavşancıl and Aslan, 2001). Twitter verileri üzerine yoğunlaşan çalışmamız da #mahsaamini etiketiyle çekilen Tweet'ler üzerine nitel çalışma gerçekleştirilmiş ve tam da bu nedenden dolayı içerik analizi tercih edilmiştir.

Bu anlamda nitel araştırmalar yorumlayıcı/teorik çerçevelerin kullanımıyla başlar, felsefi varsayımlarla ve bireylerin/grupların sosyal veya herhangi bir konuyla ilişkilendirdiği anlamlarla ilgilenmektedir. Nitel araştırmalar araştırma sorularının araştırılmasını içermektedir. Araştırmacılar, tümevarım ve tümdengelimli akıl yürütme yoluyla örüntüler ve temalar oluşturarak sosyal dünyada veri toplamayı amaçlamaktadır. Bunlardan her ikisinin kullanılması şart değildir. Hatta ilk zamanlarda nitel çalışmalar sadece tümevarımsal olarak bilinirken bugün tümdengelimli de olabileceğine yönelik görüşler ortaya çıkmıştır. Bu anlamda bizim çalışmamızda da hem teorik çerçeveye bağlı olarak önceden varsayılmış temalar olduğu için hem de içerik analizinin sonunda çıkan temalar bulunduğu için her ikisi de kullanılmıştır. Sonuç olarak nitel araştırma, katılımcıların seslerini, araştırmacının derin düşüncelerini, problemin karmaşık betimlemelerini, yorumlarını literatüre katkıda bulunma arzusunu ve değişim çağrılarını içeren bir rapor ile tamamlamaktadır (Creswell,2013: 44).

Ayrıca nitel araştırma, öznenin içinde yer aldığı toplumsal dünyanın özne tarafından nasıl betimlendiği, anlaşıldığı ve yorumlandığına odaklanır. Nitel araştırma “anlamı yakalama teşebbüsü” olarak tanımlanır (Arkonaç, 2017: 16). Nitel araştırma yöntemlerinin çeşitli özellikleri vardır. Bunlar çoklu veri toplama tekniklerini (gözlem,

görüşme, doküman analizi vb.) tümevarım ve tümdengelimli akıl yürütme yöntemlerini birarada kullanan nitel araştırmacı, katılımcıların çalışma sırasındaki bakış açısını, bağlam ve çevresel faktörlere vurgusu, koşulların dikkate alınması, çalışma tasarımının uygulanmasında esneklik, değişebilen bilgi, yansıtma ve yorumlama yoluyla duyarlılık olarak ifade edebilir ve genel olarak kapsamlı, karmaşık bir resim sunar. Ayrıca bunlar gerçekleştiğinde gerçekten niteliksel bir araştırma yapılmaktadır (Creswell, 2013:6-7).

Dabbs (1982: 32), nicel ve nitel araştırma arasındaki farkları ortaya koyan araştırmasında “nitelik” terimini “eşyanın doğasına esastır” ifadesini kullanarak açıklamaktadır. Kavram özellikleri metaforlara, sembollere, açıklamalara odaklanmaktadır. Nitel araştırmanın teorik temelleri incelendiğinde farklı disiplinlere dayandığı görülmektedir. Bunlar; sosyoloji, felsefe, psikoloji, antropoloji gibi disiplinlerde bu disiplinler literatürü hem metodolojik olarak hem de nitel araştırma için bir bakış açısı sağlamaktadır (Bogdan, Biklen, 1992; Goetz, LeCompte, 1984; Patton, 2014).

Özellikle toplumda yaşayan bireylerin toplumsal yaşam biçimini nasıl gördükleri, kuralları nasıl gördükleri ve bu kuralların kendi kurallarına nasıl nüfuz ettiği ile ilgilenen sosyolojide nitel araştırma yöntemlerine sıklıkla rastlanmaktadır (Şimşek, 2016: 38). Weber’e göre “eylem sosyaldır ve hareket eden birey ya da bireyler, başkalarının davranışlarını dikkate alarak ona öznel bir anlam verir.” (Şimşek, 2016: 40). Bu bağlamda insan eylemi araştırmasının amacı toplumsal dünyayı betimlemek, anlamak ve yorumlamaksa tercih edilen yöntem bireyin toplumsal dünyasına odaklanan nitel araştırmalardır.

Araştırmamızda 2020 yılı için MAXQDA programının en son versiyonu kullanılmıştır. MAXQDA yazılımı ile kodlama yöntemi kullanılarak 5279 tweet’te dijital şiddetin kadın ve toplumsal cinsiyet bağlamında hakikat sonrası dönemi nasıl inşa ettiğini anlamak için nitel veri analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Böylelikle sosyal medyanın gün yüzüne çıkardığı kadına yönelik şiddet olgusunun gerçekte nasıl bir hiper gerçeklik oluşturduğunu analiz etmek, sosyal medya aracı olarak Twitter’da paylaşılan içeriklerin ne türden içerikler olduğunun betimlenmesi açısından bu araştırma tipinin uygun bir bakış açısı sunacağı düşünülmektedir. Çalışma, bu tür araştırmaların Twitter’da

paylaşılan içerikleri açıklamak için uygun bir bakış açısı sağladığı fikrini güçlendirmektedir.

“Kodlama” yöntemi ile içerik analizi sonucunda nitel veri analizi yapılmış ve ortaya çıkan bilgiler yorumlayıcı bir yaklaşımla yorumlanmıştır. Kodlamaya başlamadan önce Twitter’ın doğası gereği gereksiz olarak görülebilecek Tweet’ler çok fazla sayıda olduğu için onların ayıklanması için çaba gösterilmiş, bunun sonucunda yapılan kodlamada tümevarımsal bir yaklaşımla yapılan içerik analizinde kategoriler, kategorileştirmelerden sonra da temalar oluşturulmuştur. Ayrıca tweetlerin nefret söylemi, ayrımcılık ve ötekileştirme gibi temel hükümlerini, arka planında yatan belirlenimleri ortaya çıkaracak şekilde kadın ve erkek kategorileri üzerinden karşıtlık kodlama vasıtasıyla söylem analizi yapılmıştır. Ayrıca çalışmada InVivo kodlama kullanılmıştır. Bu kodlama zıt kodlamalarla metinlerin doğrudan kopyalanması anlamına gelen söylem analizini kolaylaştırmak için kullanılmıştır (Şimşek, 2016:110).

Berelson'un (1952) tanımına göre içerik analizi, açık ve nesnel olarak ifade edilmiş bir iradeyi sistematik olarak açıklamak ve bir durumu tanımlamak için kullanılabilecek bir araştırma tekniğidir. Hansen (2000) tarafından belirtildiği gibi içerik analizinin amacı, incelenen nesnenin özelliklerini ve kategorisini belirlemek ve sıklığını ortaya koymaktır. İçerik analizi yöntemiyle metinlerin mesajları, oluşumları ve sunuluş biçimleri hakkında çıkarımlarda bulunulur.

Bu nedenle araştırmamızda araştırma yöntemlerinden içerik analizi yöntemini kullanarak tümevarımcı bir yaklaşım kullanılmıştır. Olayın başlangıç noktası ile arka plan durumu arasındaki bağlantılar hakkında toplanan bilgilerden hareketle hashtag araştırması sonucunda ana konu belirlenmiştir ve tümevarımcı bir yaklaşım çerçevesinde sonuçlar makul sırayla ortaya konulmuştur.

İçerik analizi, çevrimiçi analizleri ve site etkileşimini içeren sosyal bilimler disiplinindeki araştırmalarda kullanılan faydalı bir analiz tekniğidir. Yumlu'ya göre içerik analitiği temelde üç ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm araştırma sorusunun tanımıdır. Çalışmak istediğiniz metnin ana hatlarını belirlenerek bunları çerçevelere yerleştirmelisinizdir (Yumlu, 1994).

İkinci bölüm, analiz için örneklemin belirlenmesini ve literatür taramasının tamamlanmasını içermektedir. İçerik analizinin en yoğun kısmı olan bu kısım, araştırma

alanını tanımlamakta ve araştırma konusu ile ilgili metni belirlemektedir. Ek olarak, bu bölüm incelenecek iletişim cihazlarını ve analiz edilecek ortamı tanımlamaktadır. Son cilt olan 3. bölüm, sonuç kısmını kapsamaktadır. Elde edilen bulgular analiz edilir ve yorumlanır (Yumlu, 1994).

Tez içerisinde Yumlu'nun yukarıda belirttiği gibi tezde içerik analizinin ana bölümleri sırayla uygulanmış ve buna göre araştırma alanı, araştırma boyutları ve literatür taraması yapılmıştır. Araştırma platformumuz olarak Twitter'ı seçmemizin nedenleri arasında ise en popüler kullanıcı tabanına sahip sosyal medya aracı olması ve) dünya çapında 328 milyon aktif kullanıcıya ve günde ortalama 500 milyon tweet'e sahip olmasından kaynaklıdır (Statista, 2017). Ayrıca Twitter'ın yapısının birçok farklı analize elverişli olması da seçilme nedenleri arasındadır. Bir mikroblog sitesi olan Twitter, içerik analizi vb. konu araştırmacıları için değerli kaynaklar sağlamaktadır (Chrzanowski ve Levick, 2012). Araştırmamız sonucunda olumlu-olumsuz ve tarafsız görüşler içeren tweetler, Twitter kullanıcılarının konu ile ilgili düşünce ve görüşlerini paylaştığı bir bölüm altında toplanmış ve alınan bilgilere göre sonuçlar yorumlanmıştır.

2.1.2. Araştırmanın Örneklemi

Araştırmada, örnekleme genellikle problem belirlendikten sonra yapılır. Her soruşturma, sayısız insanla görüşmeyi, yerleri araştırmayı ve yerlerin arşivlerini bulmayı gerektirir. Bu nedenle araştırmacılar, örneklemini tanımlamalı, araştırma hattını, kimleri incelediklerini ve kim olduklarını açıkça belirtmelidir (Merriam, 2013).

Daha geniş bir bağlama sahip olan ve istatistiksel genellemenin çok önemli olduğu nicel araştırmaların aksine, nitel araştırmalar genellikle küçük örneklemeler üzerinde çalışılır, kendi bağlamına yerleştirilir ve ayrıntılı olarak analiz edilir (Miles ve Huberman, 2019: 27). Nitel araştırma, büyük gruplar üzerinde genellemelerle çalışmak değildir. Nitel araştırmaların amacı derinlemesine araştırmalar için zengin bir bilgi sağlamak olduğundan, bu tür çalışmalarda küçük grupların araştırıldığını söyleyebiliriz.

Bu araştırma yöntemlerinin uygulanmasında nitel bir araştırmaya karşılık gelen amaçlı bir örneklem kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme, nicel araştırmalarda olasılık örneklemesinde olduğu gibi, belirli bir sayıdan ziyade veri açısından zengin bir grubu seçer (Patton, 2014: 2). Dolayısıyla çalışmamızda amacımız genellemeye ulaşmaktan

çok zengin veri elde etmek olduğu için buna uygun verileri toplamaya yönelik amaç belirleyen amaçlı örneklem tekniği tercih edilmiştir. Burada özellikle araştırmacının müdahalesinin mümkün olmadığı göze çarpmaktadır. Bu bağlamda da geçerlilik ve güvenirlilik kapsamında bahsedilen üçgenleme tekniğine başvurmak elzem hale gelmektedir (Kozinetz, 2002: 3). Bu anlamda her nitel araştırmada olduğu gibi çevrimiçi nitel araştırmalarda da Kozinetz amaçlı örnekleme önermekle birlikte burada çok sık tekrar eden ve gereksiz olan verilen önceden ayıklanmasını da özellikle vurguluyor (Kozinetz, 2002: 12).

2.2. Araştırmanın Veri Toplama ve Analiz Tekniği

Veri toplama kısmında aşama aşama ilerlenerek verilerin toplanacağı sanal ortam belirlenerek sosyal medya ortamlarından yalnızca Twitter üzerinden ve #mahsaamini tepki kampanyasının başladığı tarihli 16.09.2022 tarihine dair “Google” arama motorunda Türkçe olarak atılan Tweetlerde **#mahsaamini** **#iranlıkadınlar** arama istatistikleri Google Trends verilerinden faydalanılmıştır.

Bu çalışmada da Mahsa Amani'nin ölümünün gerçekleştiği 16 Eylül 2022 tarihinde atılan Tweet'ler MAXQDA 2020 yazılımı aracılığıyla çekilmiştir. Tweet'ler çekilirken **İranlı kadınlar, mahsaamini, tahrان başörtüsü, kadına şiddet** anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Bu anahtar kelimeler vasıtasıyla Türkçe olarak atılan toplamda 5279 Tweet çekilmiştir. Bu Tweetlerin üzerinde dijital şiddetin kadın ve toplumsal cinsiyet bağlamında hakikat sonrası dönemi nasıl inşa ettiği temel araştırma sorusu esas alınarak 2639'u manuel 2640'ı ise otomatik kodlama şeklinde toplam kodlama yapılmıştır.

Araştırma yazılımı MAXQDA tarafından alınan ve analiz edilen Tweetler, Twitter üzerinden doğrudan bilgisayara kaydedilmiş ve en çok kullanılan kelimeleri içeren Tweetler içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. İnceleme kapsamında, sosyal medya platformlarından Mahsa Amin'in öldürülmesine tepki olarak üretilen ve paylaşılan, kullanıcılar tarafından üretilen içeriklerin cinsiyetçi söylemler içerdiğine inanılan Twitter paylaşımları ile yeni medyanın örgütsel ve kamuoyu oluşturma gücünün sayısal veriler ve içerikler aracılığıyla en etkin şekilde kullanıldığı düşüncesiyle Türkiye'de kadın sömürsünün boyutları ortaya konulmaya ve materyaller yorumlanmaya çalışılmıştır. Bu nedenle sayısal veriler, veri toplama aşamasında araştırmamın konusu ve amacı hakkında hedeflenen bilgilerden oluşmaktadır. İçerik

analizi ile ilgili olarak Tweet istekleri incelenmiş; Cinsiyetçi söylem, kadının sosyal kimliği, kadın bedeni, erkeklik, hukuki kararlar ve feminizm içeren mesajlarla ilgili Tweet'lerde tek tek veriler toplanmıştır.

Son olarak, veri analizi ile ilgili olarak, nitel araştırma için temel bir analitik yöntem olarak verilerden kategoriler, kategorilerden temalar ve temalardan kodlar çıkarılmıştır. Kodlama, fenomenolojik ve söylem analizine uygun hale getirmek için İn Vivo kavram ve karşıt kodlama tekniklerini kullanılmıştır (Şavran, 2013: 116-144). İn Vivo kodlama metindeki bir ifadeyi bu şekilde kodlamak iken kavram kodlama ise belirli bir ifadeyi kavram başlığı altında kodlamaktır. Karşıtlık kodlama ise söylem analizini mümkün kılan karşıtlık içeren gibi ifadelerin, örneğin 'Kadın vs. Erkek şeklinde' kodlanmasıdır. Çalışmanın analizinde bir bilgisayar yazılımı olan MAXQDA 2020 kullanılmıştır. Kodlama, kodlayıcıları uzlaştırma, şekil oluşturmak için bu program kullanılmıştır.

2.3. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenirliği

Nitel araştırma, yüksek öznelliği, yüksek geçerliliği ve güvenilirliği nedeniyle eleştirilmiştir (Arastaman, 2018: 7). Özellikle yazar, geleneksel olarak bilinen nicel geçerlilik yaklaşımlarının niteliksel eşdeğerlerini araştırmış ve bulmuştur (Creswell, 2013: 25). McMillan (2000) nitel araştırmaları değerlendirmede kullanılan en önemli kriterlerin araştırmanın ürettiği verilerin güvenilirliği, üretilen verilerin analizi ve sonuçları olduğunu vurgulamaktadır (McMillan'dan akt. Büyüköztürk, 2018). Ben buradayım. Bu durum çalışmanın geçerlik ve güvenirlilik puanını etkiler. Nitel araştırmalardaki veri yaklaşımları, tasarımları ve farklı koşullar, geçerlilik ve güvenirlilik sorununu nicel araştırmadan farklı bir şekilde iletir ve farklı kriterler sağlar (Büyüköztürk, 2018: 26).

Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenirliliği sağlamak için anlam, tanımlar, geçerlik kavramları, geçerlik ve güvenirlilik süreçleri ile ilgili birçok bakış açısı geliştirilmiştir (Creswell, 2013: 244). Krefting'e (1991) göre, nicel araştırmalarda kullanılan geçerlik ve güvenirlilik gibi terimler yerine, konu nitel araştırma ise güvenirlilik, sonuçların doğruluğu, araştırmacı yeterliği terimlerinin kullanılması daha doğru olacaktır (Krefting, 1991: 214).

Tablo 2’de gösterildiği gibi, Guba ve Lincoln (1982) nitel araştırmalarda güvenilirliği sağlamak için kullanılan kriterleri dört kriter olarak tanımlamaktadır: inanılrlık, güvenilirlik, doğrulanabilirlik ve aktarılabilirlik. Özellikle nitel araştırmalarda, sonuçların doğruluğunu sağlamak için bir veya daha fazla kriterin belirlenmesi gerektiğine inanılır (Creswell, 2013: 245).

Tablo 1: Geçerlilik, Güvenilirlik ve Nitel Araştırmalarda Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi

Faktör	Nitel Versiyon	Yöntemler
İç geçerlik (<i>interna validation</i>)	İnanılrlık (<i>credibility</i>) Sonuçlar inandırıcılığı	Uzun süreli etkileşim (<i>prolonged involvement</i>) Araştırmacı önyargılarını azaltma Katılımcı onayı (<i>member checking</i>)
		Üçgenleme (Triangulation)
Dış geçerlik (<i>external validation</i>)	Aktarılabilirlik (<i>transferability</i>) Sonuçların diğer kişi ve durumlara Aktarılabilirliği	Teorik/Amaçlı örneklem Dahil etme/dışlama kriterleri Ortamın ayrıntılı tanıtımı Katılımcıların ayrıntılı tanıtımı
Güvenirlik (<i>reliability</i>)	Güvenilebilirlik (<i>dependability</i>) Çalışma benzer koşullarda benzer katılımcılarla tekrarlandığında sonuçların benzer olup	Denetleme yolu Literatür Araştırma yöntemlerinin ayrıntılı tanıtımı Üçgenleme (Triangulation) Başka bir araştırmacının süreç ve sonuçları incelemesi (<i>peer debriefing</i>)
Objektiflik (<i>objectivity</i>)	Onaylanabilirlik (<i>confirmability</i>) Önyargıların azaltılarak objektifliğin artırılması	Araştırmacı önyargılarını azaltma Üçgenleme (Triangulation)

Kaynak: (Başkale’den akt. Demirbaş, 2021: 87).

Nitel çalışmalarda üçgenleme tekniğini uygulamanın çeşitli yolları mevcuttur. Bunun temel amacı çalışmayı daha güçlü kılmaktır. Örneğin bir yarı-yapılandırılmış görüşmeye dayalı bir nitel çalışmada üçgenleme tekniği veri, gözlem ve teorinin bir arada kullanılması şeklinde görülebilir. Bu durumda araştırmacı tema altında yorumladığı metni, veri toplama sürecindeki gözlem notlarıyla zenginleştirir ve teorik çerçeveden yararlandığı şekliyle tamamlar. Bu çalışmada da verilerin yanı sıra, teori ve başka bir araştırmacının süreç ve sonuçları incelemesinin bir arada kullanılma şeklinde yararlanılmıştır. Veriler teoriyi desteklerken daha önce benzer bir çalışmada bulunmuş bir araştırmacı analizle ilgili katkı ve tenkitlerde bulunmuştur.

2.4. Etik Konular

Araştırmada, 16 Eylül 2022 tarihinden 27 Ekim 2022 tarihine kadar olan cinsiyetçi söylem ve davranışlar içeren tweetler kullanıldı. Paylaşılan Tweetlere, belirtilen zaman içerisinde açık olarak kullanılan hesaplardan erişildi. Çevrimiçi araştırmalarda önemli konular olarak kabul edilen bilgilendirilmiş onay, çevrimiçi ortamın özel mi yoksa kamusal alan mı olduğu ve bilgi güvenliği gibi konuların önüne geçmek için katılımcıların kullanıcı adları gizlenmiş ve gönderdikleri Tweet'lerin orijinal halleri paylaşılmadan çalışmaya aktarılmıştır (Hewson, Yule, Laurent ve Vogel, 2003: 52).

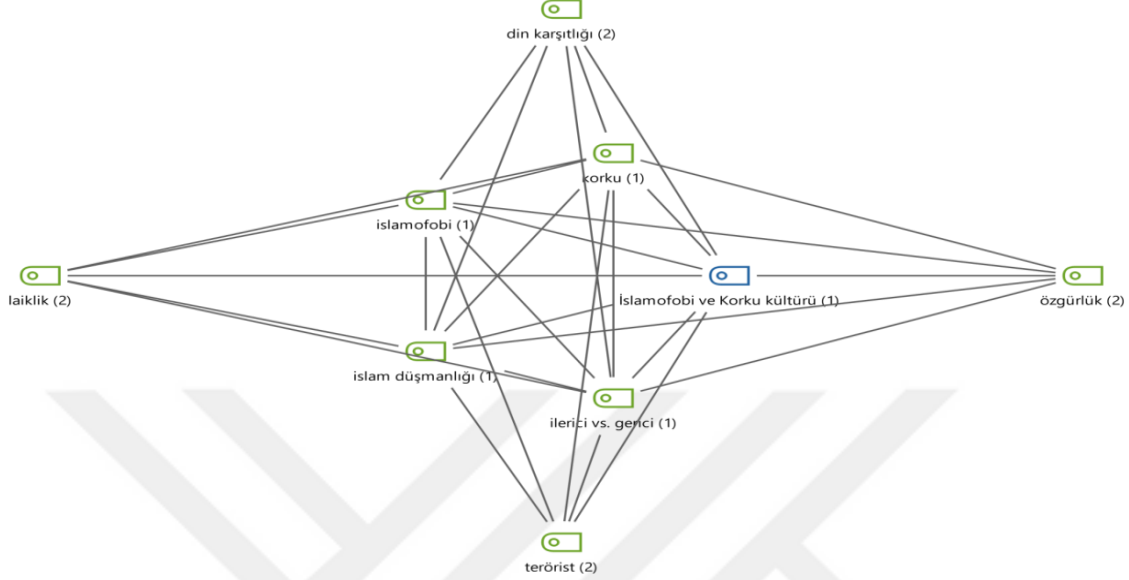
2.5. #MahsaAmini Etiketinin Ortaya Çıkışı

16 Eylül 2022'de İran'ın başkenti Tahran'da ölen Mahsa Amin'in ölümü ülkede ciddi olaylara neden olmuştur. Çünkü Mahsa Amini'nin ölümünde polisin parmağı olduğuna inanılmaktadır. Başörtüsü kurallarına uymadığı için tutuklanan Mahsa Amini'nin burada hastalanarak hayatını kaybettiği kaydedilmiştir. Ama durum böyle olmayabilir. Ölümünden sonra, memleketi Saqqez de dahil olmak üzere bir dizi protesto patlak verdi. "Kadın, yaşam, özgürlük", "diktatöre ölüm" gibi sloganlar atıldı. Mahsa'nın ölümüyle birlikte gün geçtikçe farklı şehirlerde gösteriler ve yürüyüşler yayıldı.

Bu süre zarfında #MahsaAmini hashtag'i Farsça Twitter'da en çok tekrarlanan hashtag'lerden biri haline geldi. Bu hashtag'lere atılan tweet ve retweet sayısı 5,1 milyonu aştı. Bazı kadınlar, sosyal medyada protesto için saçlarını kestiklerini gösteren videolar yayınladı. Twitter kullanıcılarının Amin'in ölümüyle ilgili “#mahsaamini Sadece vay... Huzur içinde yat #mahsaamini.. Bunu hak etmedin gibi tweetleri kapsayan veya "Mahsa amini" hashtag'i ile yaptığı yorumlar içerik analizine tabi tutulmuştur. Mahsa Amini cinayeti üzerinden cinsiyetçi bir söylemin bilinçli veya bilinçsiz olarak sosyal ağlarda nasıl yeniden inşa edildiğini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

BÖLÜM 3: ARAŞTIRMANIN BULGULARI

3.1. İslamofobi ve Cinsiyetçilik



Şekil 1: İslamofobi ve Cinsiyetçilik Temasının Kod İlişkilerini Gösteren Harita

Kaynak: Yazar tarafından MAXQDA 2020 programı vasıtasıyla oluşturulmuştur.

İslamofobi ve cinsiyetçilik temasının altında ilerici vs. gerici, İslam düşmanlığı, İslamofobi ve korku kodları çıkarılmış ve diğer temaların kodlarıyla aralarındaki ilişki yukarıdaki şekilde ortaya konmuştur. Bu bağlamda İslam dini çarpıtılmış imajlarla birlikte insanlar tarafından tarihsel ve bilimsel gerçekliğin aksine Müslümanlara karşı önemli bir korku geliştirmişlerdir. Buna örnek olarak @Da***24 adlı kullanıcının Mahsa Amini eylemlerine karşı yönelttiği söylem: “İstedigine inan, çevreye ve yasalara saygı duyduğun sürece. İnanç özgürlüğü bu dur. Din buna izin vermez. İslam yayılmacı, zorlayıcı, devlete, kadına baskı kurucu, toplumdaki kadınlara müdahale edicidir. Kişilere hakaret, baskı ölüm içerir. İnanç özgürlüğü en büyük kayıptır.” Şeklinde. Kullanıcı doğrudan İslam'a karşı korku ve nefret söylemi yaymaktadır. İslamofobik bir tutuma sahip bir katılımcıdır. İslam'ı medeniyetler çatışmasına yol açacak saldırgan, şiddet içeren bir siyasi ideoloji olarak görmektedir. Burada kadına biçilen rollerin din ve gelenek tarafından meşrulaştırıldığı savunulmaktadır. Bu yargıya dinin kadınların hak ve özgürlüklerini korumada engelleyici bir rolü olduğu inancı da eklenmektedir (Berktaş, 2000: 5-7). Kadınların toplumsal rolleri ve konumları da bu alandan bağımsız değildir. Dolayısıyla dinin kadınları ve erkekleri cezbeden toplumsal konumlarda değer

yaratmak için sıklıkla bir araç olarak kullanıldığını görmekteyiz (Canatan, 2007: 62). Aynı zamanda din ve geleneğin kadınları ikincil bir konuma yerleştirdiği inancıyla motive edilmektedir.

Başka bir kullanıcı ise @Öm***ac “ Vereceğim örneğin ikisi de yanlış sadece bir tesbitde bulunmak istiyorum. Kötü uygulanan laik sistemde en fazla sizi ikna odalarına sokarlar, ama dinci sistemde o türbanı çıkardınız diye sizi öldürürler. Şeriat olan toplum terörist toplumdur. Tercih sizin. Bu bakış açısı toplumsal bir kaygıya yol açmaktadır. Bu kaygı, İslam dinine karşı güvensizlik duygusu gibi kaygıları da beraberinde getirmektedir. Buradaki en önemli toplumsal tehditlerden biri de kuşkusuz hoşgörüsüzlük ve genelleme temelli ayrımcılığa maruz kalan başörtülü kadınlara uygulanan çok boyutlu kültürel işkence olmaktadır. İslam terimi siyasi ve askeri söylemle sınırlandırılmaktadır. İnsanlığı korkunç bir karanlığa sürükleyen nefret tüccarları önyargıları beslemektedir. Ayrıca din korkusunun yaratılmasını ve pazarlanmasını sağlayan sosyal medyanın bakış açısı daha da derinlere inmekte ve insan bilincini kontrol etmeyi amaçlayan yeni pedagojiler uygulamaktadır.

@ze***07 “Varlıkları yokluklarından daha zararlı. Toplumu gerici sağcılığa mahkûm etmeye çalışan terörist bir algı. Bu ülkede bir tek kadınların kapatılması meselesi mi kaldı. Üstelik bu ilkel ve gerici düşünce yüzünden İran'da Masha Amini katledildi. Oysa siyaset en çok da basiret gerektirir.” Terörün ve yandaşlarının ana kaynağının İslam olduğu algısı medya aracılığıyla taze tutulmaya çalışılmaktadır. Burada din ve İslam, tüm sosyo-politik değerlerden (bireycilik, liberalizm, anayasacılık, insan hakları, özgürlük, demokrasi ve laiklik) uzaktır. İslam, cihat gibi şiddetli doktrinleri olan köktendinci, militan, gizemli ve yıkıcı bir mitse, Müslüman da doğal suçlu, olağan şüpheli veya acımasız düşmandır.

Dolayısıyla bu başlık altında kullanılan ifadelerde temel olarak İslamiyet’le bağdaştırılması neticesinde tüm Müslümanların terörist muamelesi gördüğü ayrımcı, dışlayıcı ve ön yargılı bir yaklaşım söz konusudur. İlk olarak, bu olay üzerinden İslam şiddet ve terörizmle ilişkilendirilmektedir ve bunun neticesinde medeniyetler savaşına yol açabilecek bir tehlikenin bulunduğu söylenmektedir. Bir başka kullanıcının Tweet’ine bakıldığında ise teokrasi ile laik cumhuriyet arasında kıyaslama yapıyor ve laik bir devlette, devletin en kötü uygulamasının bile bir İslam Cumhuriyeti’ndekine

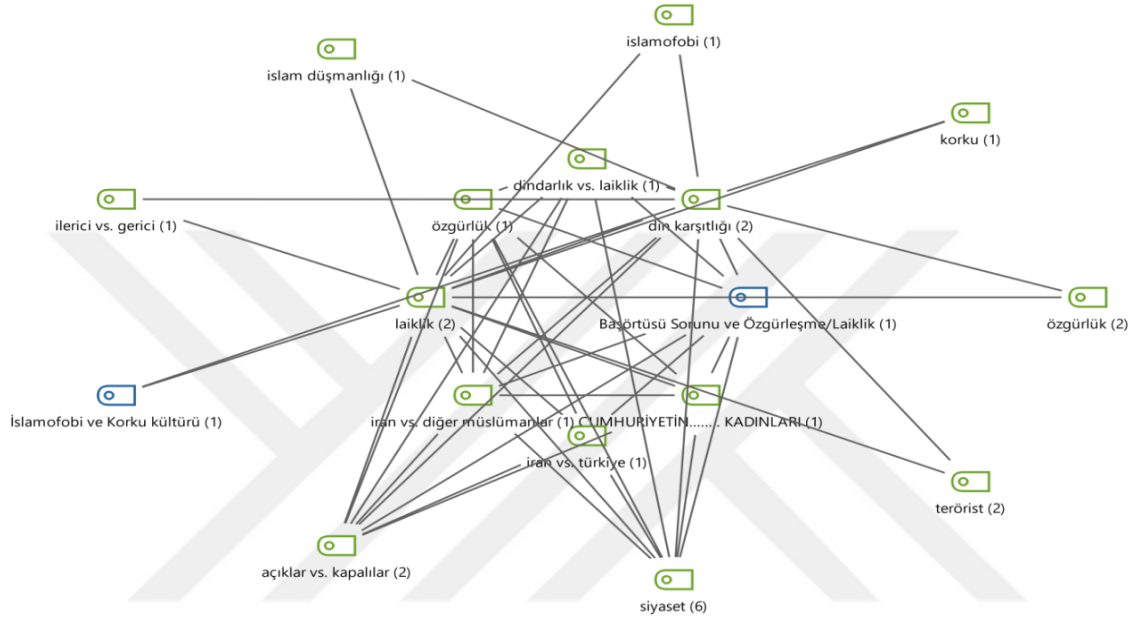
nazaran daha masum kalacağını belirtmiştir. Son olarak bir diğer kullanıcı ise İslam'ı gerici bir savaş dini olarak yorumlamaktadırlar. Bu başlık altında kullanılan ifadelerde Mahsa Amini olaylarında bir teokratik devlet olan İran Devleti suçlu olarak gösterilirken İran'ın yaptıklarının da doğrudan İslam'a mal edildiği görülmektedir.

İslamofobinin günümüzde bu kadar etkili olmasının başlıca sebepleri, İslam'ın radikalleştiği ve İslam'ın kadın düşmanlığı yoluyla kadınlara yönelik baskıyı desteklediği iddialarıdır. İslam bu şekilde somuttur ve İran devrimine dayanmaktadır. Dolayısıyla bu tema altında, kadınlara yönelik dışlanma, ayrımcılık, şiddet ve önyargı konuları göze çarpmaktadır. Hakikat sonrası dönemde algılanan ötekiliğin boyut değiştirdiği söylenebilir. Bu tür ayrımcılığa maruz kalan çoğunlukla kadınlardır. Hayatın her alanında kendine yer bulmak için daha çok çalışması gereken kadınlar; toplumsal cinsiyet, eril düşüncenin gücü veya biyolojik faktörler öne sürülerek sosyal koşullardan daha fazla etkilenmektedirler. Ayrıca kadınlar İslamofobi algısı nedeniyle çifte ayrımcılığa maruz kalmaktadır. Kadınlar iki kez ayrımcılığa maruz kaldıkları için marjinalize ediliyorlar, önce yüksek kimlik olarak kadın oldukları için, sonra da Müslüman olarak sahip oldukları alt kimlikleri sebebiyle iki kez ayrımcılığa uğrayarak ötekileştirilmektedirler.

İslam dini boyunca kadının varlığı ve konumu, kimileri tarafından bir muhalefet alanı, kimileri tarafından ise kendini sürekli güncel tutan bir koruma alanı olarak görülmüştür. Dini açıdan bakıldığında, kadının hak ve sorumluluklarının tartışılmasındaki konumu ve tanımı, tartışan kişi veya kesimin iyi niyetinin varlığına veya yokluğuna göre değişen farklılıkla belirlenmektedir. İslamofobinin kadınlar üzerindeki etkisinin daha derin olduğunu anlamak zor değildir. Aslında İslamofobi kavramı ortaya atıldığında genellikle başörtülü kadın görselleri üzerinden geçmektedir. İslamofobik olaylar toplumda kalıp yargılar oluşturmakta, toplumsal ilişkileri zayıflatmakta ve “biz” ve “onlar” ayrımı yaparak karşılıklı mesafeyi artırmaktadır. İslamofobi, Müslüman kadını üzerindeki baskılara karşı koyamayan ve sessizce kaderine boyun eğen bir nesne olarak görmektedir. Kadın haklarından bahsederken bile konu farklı nedenlerle tartışılmaktadır. Burada sorun artık kadına yönelik şiddet değil, başka bağlamlara taşınmakta ve Müslüman kadınların başörtüsü taktıklarında bir özgürlük teolojisine ihtiyaç duydukları argümanı haline gelmektedir.

Burada İslam karşıtlığı da medyanın İslam'a yönelik olumsuz imajından kaynaklanmaktadır. Özellikle basında namus cinayetleri, kadın konukevleri, kadın cinayetleri gibi haberlerle karşımıza çıkıyor. Böylece toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ve kadın düşmanlığının artmasına da yol açmaktadır.

3.2. Kadın Bedeninin Politikleştirilmesi, Özgürleşme/Laiklik



Şekil 2: Kadın Bedeninin Politikleştirilmesi, Özgürleşme/Laiklik Kod İlişkilerini Gösteren Harita

Kaynak: Yazar tarafından MAXQDA 2020 programı vasıtasıyla oluşturulmuştur.

Kadın Bedeninin Politikleştirilmesi: Özgürleşme/Laiklik temasının altında CUMHURİYETİN..... KADINLARI (InVivo), İran vs. Türkiye, İran vs. diğer müslümanlar, laiklik, özgürlük, dindarlık vs. laiklik ve din karşıtlığı kodları çıkarılmış ve diğer temaların kodlarıyla aralarındaki ilişki yukarıdaki şekilde ortaya konmuştur. Türkiye bağlamında kadın özgürlüğü ve kadın hakları tartışması örtünme pratiğinden başlayıp genişlemektedir: Bir yanda örtünerek özgürlüğünü koruyanlar, diğer tarafta ise örtünerek bu kadınların ikincil konumda olduklarını savunan kesim bulunmaktadır. Bu bağlamda @Ki***ci adlı kullanıcı “Kimin için dersiniz, iranda saç yüzünden katledilen masha amini için, yalnız o mu hayır kainattaki bütün kadınlar için eşit özgür yaşam için.. Din baskı kurucu, yıkıcı ve ölümcüldür. Laik ve özgür bir yaşam için yakın başörtülerinizi. Kurtulun özgürlüğünüzü kısıtlayan bez parçalarından...” bu yaklaşıma

bakıldığında başörtüsü hem kadının özgürleşmesini engellemekte hem de kadın üzerindeki dini temelli baskıların sembolü olarak görülmektedir. Başörtüsü özgürlük kavramlarına yönelik bir tür saldırı olarak yorumlanmıştır. Laiklik, bireylerin din ve vicdan özgürlüğünü güvence altına alan ve tüm dinlerden eşit derecede uzak bir hukuk sistemini temsil etmediği için başörtüsüyle yıkılabilecek noktaya gelmiştir.

Başka bir karşıt fikirli kullanıcı @ay***tr “Neden bütün çarşafly kadınların açılmak istediği gibi bir algı yaratılmak isteniyor sizene insanların dininden Masha Aminı açmak istiyorsa açsın ama bu dini inancı gereği kapanıp yaşayan kadınların örtüsünü açıp algı yapmak saygısızlıktan başka birşey değil. Burada mesele iranli kadınlar değil. Yıllardır Filistin'de Miammarda vs müslüman kadınlara saldırı oluyor hangi feminist yada avrupa ülkesi böyle tepki verdi??” Sözleriyle kendini ifade etmektedir. Başörtülü kadınların mağdur edildiğinden ve hatta zulüm gördüğünden söz etmektedir. Ne kadar ötekileştirildikleri anlatılırken konu, dini inançlarını yaşamak isteyen kadınlara reva görülen yasağın özgürlükle bağdaşmadığı noktasına getirilmektedir. Başörtüsünü “dini bir gereklilik” olarak tanımlamaktadır. Başörtüsü karşıtlarına göre türban siyasi bir sembol, modernleşmenin önünde bir engel ve toplumu modernleştirmeye yönelik reformlara karşı bir tutum olmuştur. Böylelikle kadınların varoluşu başörtülü/başörtüsüz gibi sınıflandırmalarla erkeklerin çizdiği temsillere sıkıştırılmaktadır.

Kullanıcının bu ifadesinde karşılıklı özgürlük tutumu Habermas'ı hatırlatır. Habermas'ın post-seküler adını verdiği, yani sekülerizmin başarısızlığını bir ölçüde kabul edip dini hareketlerin yeniden canlanışını hatta bunların içinde fundamentalist hareketlerin de olduğu toplum tarzında birlikte yaşama konusunda bir öneri sunar, o da hem Avrupa devletlerinin birtakım şeylerden fedakârlık edip dine kapı açması hem de dindarların o kapıdan girerek nereye girdiklerinin farkında olması şeklinde her iki tarafa da karşılıklı fedakârlıkla birlikte yaşama imkânı veren bir yaşam düzenidir. Bu konuda dikkatleri çeken en önemli nokta, Tweet'te de görüleceği üzere, bunun en gerilimli zamanlarda bir çözüm olarak görülmesidir (Habermas, 2001: 160).

@th***st adlı kullanıcı “sümeyyeler irana gitsin laik iranli kadınlar buraya gelsin. CUMHURİYETİN..... KADINLARI..... Masha'nın saçlarının bıraktığı rüzgar özgürlüğe doğru yol almıştır.” Laik/İslamcı kadın ikiliği şeklinde bir yaklaşımda bulunulmuştur. Laik-İslamcı karşıtlığı “türban meselesi” etrafında kristalize edilmiştir.

Bu görüş, başörtülü kadının özne konumunu reddetmiştir. Başörtüsü savunucuları ve karşıtları başörtüsü meselesini bir özgürlük mücadelesi olarak görmekte, ancak hak ve özgürlükler açısından hiyerarşik bir perspektif sağlanmaktadır. Sarıbay'ın ifadesiyle, her iki tarafın da “benim fikrim sizinkinden daha değerli ve daha iyi” diye düşündüğünü belirtiyor (Sarıbay, 2004: 50). Özgürlüğün arzusu bu değildir. Aslında dindar ve laik insanlar da benzer bir tavır sergilemektedir. Her iki tarafın kendi yaşam biçimlerini belirleme mücadelesi vardır.

Bu bağlamda başörtüsünün laikliğin özgürlüğünü sınırladığını vurgulayan hareket ile kamusal alanda örtünmenin kişinin kendi hür seçiminin bir gereği olduğunu vurgulayan İslamcı hareket arasındaki ikilik kutuplaşmaya sebebiyet vermektedir ve öteki kadın algısı oluşturularak kadınları birbirinden ayırmaktadır. Özgürlükler sadece başörtüsü üzerinden yapılmaktadır. Burada özgürlük adı altında şiddet uygulanmaktadır. Kıyafetlerini inançlarına göre düzenleyen kadınların hayatı, akvaryumdaki balık gibidir. Kadınların hayatlarını bir laboratuvarında mikroskopa koymuşta inceliyormuş gibi bir durum söz konusudur. Burada atılan Tweetler İslamiyet'in kadını aşağıladığı yönünde bir söylem geliştirilerek oluşturulmuştur. Bu söylem Müslüman olan kendi dinleri gereği ve kendi seçimleriyle başörtüsü takan milyonlarca kadının kadınlık algısını yozlaşmayla, kandırmayla, eziklik ve cehaletle izah etmektedir. Farklı din ve etnik gruplara mensup kadınlar marjinalize yani ötekileştirilmektedir. Müslüman kadın da işte tam bu noktada öteki kadın olan başka bir kadın grubuna ait olarak görülmektedir. Din kadınlar için ataerkil, sömürücü, baskıcı olarak görülmekte ve dolayısıyla haklarının korunması içinde öncelikle kadınların başörtüsü gibi dini sembollerinden arındırılması gerektiği yönünde görüşler hâkimdir. Yine Müslüman kadının görünürlüğü de laiklik ilkeleriyle bağdaşmamaktadır.

Bu kategori altında kullanıcıların ifadelerinde “Türbanın” bir **siyasi simge** olduğu görülmektedir. Atılan Tweetlerde tesettürün yönetimin temel ilkelerinden biri olan laiklikle bağdaşmadığı savunulmaktadır. Burada türban Müslüman ve laik kesim arasındaki kutuplaşmanın tam merkezine yerleştirilmiştir. İslam dinine karşı genellemeler yapılarak başörtülü kadınlara ve Müslümanlara yönelik çok boyutlu bir şiddet söz konusu olmaktadır. İlk olarak başörtünün özgürlüğü kısıtlayıcı yönü açık bir biçimde vurgulanmıştır; kullanıcıya göre kadınlar başörtülerini attıkları zaman özgür olabilirler.

Bir diğerkullanıcı ise özgürlüğü daha geniş perspektifte düşünüyor. Ona göre açılmak kadar kapanmak da bir özgürlük. Son olarak başka bir katılımcı ise Türkiye ve İran kıyaslaması yaparak Türkiye'yi laikliğin en iyi uygulandığı ülke, İran'ı da tam tersi konuma yerleştirmektedir.

Dini ritüelleri takip eden bir kadın bedenini anlamak aslında modernitenin daha yüksek bir eleştirisidir. Bu nedenle kadınlar tehlikeyle, toplumsal yapıdan soyutlanmayla ve kamusal alanda fiziksel mevcudiyetlerini sınırlandırmakla karşı karşıya kalmaktadırlar. Başörtüsü nefret ve şiddetin nedeni olabilmektedir. Yeni medyanın bu nefreti besleyen bir dili vardır. Burada atılan Tweetler, İslam ve kadına yönelik şiddetle ilgili tartışmaların arttığını göstermektedir. Başörtüsü, laik değerin en önemli direklerinden biri olan kadın-erkek eşitliğinin açık bir ihlali olarak görülüyor. Başörtüsü ile mücadele, başörtülü kadınların özgürleştirilmesinde önemli bir konudur. Aslında bu bakış açısı Oryantalist mantığın bir devamıdır. Yeni medya bu tür algıların oluşmasında çok önemli bir rol oynamaktadır.

Yeni medya, yeniden üretme ve yeniden sunum süreçlerinden geçerek olayları gerçekte olduğundan tamamen farklı bir şekilde yansıtabilmektedir. Reaksiyon malzemesi olarak Mahsa Amini olayları kullanılmaktadır. Medyanın kadına yönelik şiddet ve tehdit algısı bu olaylar üzerinden pekiştirilmektedir. Bildiğiniz gibi medya sürekli Müslüman coğrafyalardaki kanlı olaylara odaklanmaktadır. Tüm Müslümanlar genellikle potansiyel savaşçılar olarak tasvir edilir ve sürekli olarak şiddet ve terörizm gibi konularda baş belası olarak tasvir edilmektedir. Başörtülü kadınlar daha çok haberlerde ve kurgusal metinlerde örneğin zorla evlendirme ve namus cinayetlerine konu olarak yer almaktadır. Genel olarak başörtüsü, kadınların bu tür platformlarda itaat etmesi gerektiği fikriyle yakından ilişkilidir. Dolayısıyla başörtülü kadınlar bir yandan inançları ve tercihleri nedeniyle kontrol altında tutulmak istenirken, diğer yandan kendi kararlarını veremeyecekmiş gibi kusurlu ve eksik bir tür olarak gösterilmeye çalışılmaktadır. Dolayısıyla kadınlar kimlikleri ve inançları nedeniyle ruhsal ve fiziksel şiddete maruz bırakılmaktadırlar.

kardeşi olarak görmektedir. Kadınların annelik durumlarının onların ikincilliğine etkisini anlamamız açısından S.D. Beauvoir "annelik gerçeğinin olmadığı bir yerde kadın ve erkeğin eşit olacağını" söyleyecek kadar önemsemektedir (de Beauvoir, 1946: 50).

@ Tu***u8 “Ooohh iranlı kadınlar şimdide kucakımı istiyor ???, artık iranlı kadınlarıda kucaklarda görücez desenize.” @Ta***en “İbrahim Tatlıses kaşları tuvalet pompası botokslu dudakları bağırarak telefonda konuşmaları ile libidomuzu düşüren iranlı kadınlar devrim olsunda gitsin lütfen ülkelerine ne itikadı ne adeti örfü mezhebi.” Şeklinde atılan tweetlerde İranlı kadın kimliği üzerinden kadınlara seks objesi olarak bakılmaktadır. Kadının bedeni cinsel objeye indirgenerek kadını değersizleştirme, aşağılama yönünde atılan tweetler kadını tüketme şeklinde gerçekleşmektedir.

Kadın kelimesi sözlükte yetişkin dişi, eril veya erkeğin zıttı olarak tanımlanmaktadır. Ama ilginç bir şekilde, sanki bir ‘hor görme’ ifadesiymiş gibi çoğu zaman kaçınılan bir kelime olmuştur. Bunun yerine bayan, hanım, hanımefendi, bacı gibi alternatifler üretilmiştir. Kadın kelimesi erkek kelimesi ile eş anlamlı olmasına rağmen kadın kelimesi ayıp bir kelime olarak görülmüştür. Bunun nedeni kadın vücudunun cinsel bir obje olarak görülmesidir. Erkek kelimesinin böyle bir anlamı olmasa da kadın kelimesi toplum nazarında cinsel bir meta olarak kadın bedenini çağrıştırmaktadır. Örneğin @ Yu***r1 “Ölen bayana Allah rahmet eylesin ama Türkiye’ye gelen bazı iranlı kadınlar hem aç hemde aşırı eğlence meraklısı ve hiç gözleri doymuyor hep müzik, cafe, eğlence, parti ve aşırı makyaj ve çıplaklık.” Dikkat çekici olan ‘bayan’ kavramına yapılan vurgudur. Kadın kelimesi cinsiyet ayrımı gözetmeyen bir kelime olmasına rağmen, zorlama çağrışım nedeniyle kullanımından kaçınılmıştır. Bunun yerine, sözde kibar bir şekilde kullanılmıştır.

Suveren (2022), iyiliksever cinsiyetçiliğin, klişelere dayanan ve kadınları sınırlı rollerle karakterize eden, ancak genellikle gözlemsel bir perspektiften öznel olarak olumlu duygular uyandıran, kadınlar hakkında birbiriyle ilişkili bir dizi tutum ve algıyı tanımladığını savunmaktadır. İyiliksever cinsiyetçilik, ‘ev hanımı’ gibi sınırlı ama geleneksel cinsiyet rollerini yerine getiren kadınlara sevgi bahşetmektedir. McMahon ve Kahn'dan akt. Suveren iyiliksever cinsiyetçiliğin kadınları podyum veya pencere süsü olarak nitelendirerek sunduğunu ve doğalarında bulunan kırılabilirlik, ahlak ve saflığı

vurguladığını belirtmektedir. Bu tür bakış açıları, zayıfı ve yakını koruma ihtiyacından, buna karşılık gelen cinsiyet çeşitliliği ihtiyacından ve heteroseksüel yakınlık arzusundan kaynaklanmaktadır. Böylece, iyiliksever cinsiyetçilik medyada olumlu bir şey olarak sunulmaya çalışılırken, yine de kadının toplumdaki ikincil konumunu pekiştirmekte ve yinelemektedir.

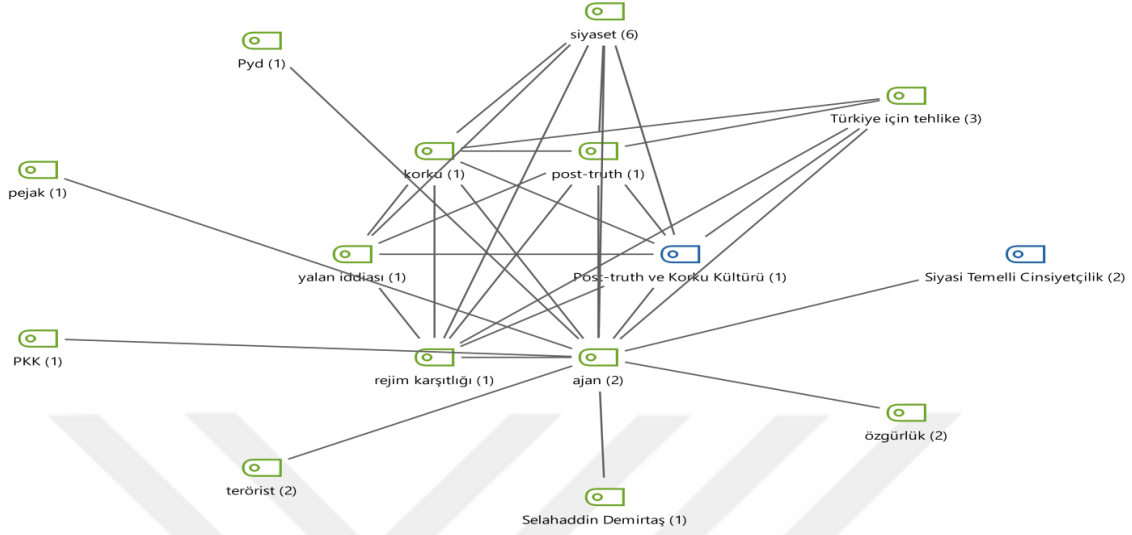
@om***41 adlı kullanıcı “nasıl olacak bu iş. Asıl mesele diyelimki humeyniyi devirdiniz, sen sanıyormusun ki iranlı erkekler karılarını yarı çıplak sokağa göndericek. Namuslarını korumadan durabilecekler. İşte asıl çatışma ondan sonra başlayacak. Açılanlar ve kapalı kalanlar arasındaki bu çatışma hiç bitmeyecek.” İletide ‘namus’ vurgusu yapılmaktadır. Namus erkeğin kadın üzerindeki iktidar alanını tanımlamaktadır. Namus söylemi üzerinden kullanıcı, kadının vücudunda söz sahibi olmakta ve kendisini bir denetleyici otorite olarak görmektedir. Kadın bedenini ve cinselliğini erkekler tarafından korunan ve baskı altına alınan bir varlık olarak görmek, erkek egemen toplumsal cinsiyet sisteminin temel unsurlarından biridir. Bu bağlamda kamusal ataerkillik kavramı işlevsel hale gelmektedir. Yani kadınların toplum içinde karşılaştıkları eşitsiz ilişkilere ve ayrımcılığa gönderme yapılmaktadır. Özellikle kadın bedeni bu ataerkinin özel ve kamusal sınırlarının belirlenmesinde merkezi bir rol oynamaktadır. Erkek egemenliği böylece erkekler tarafından korunması gereken bir nesne olarak görülmektedir.

Erkeğin söylem alanında kadın bedeni üzerindeki kontrolünü güçlendirmesine hizmet etmekte ve küfürlerde kadına yönelik şiddetin artmasına katkı sağlamaktadır. @Co***si “Kevaşe anandır orospu çocuğu Filistindeki kadınlar sırf propaganda yapabilmek için mermilerin bebeklerini mermilerin önüne atmakla meşguller iranlı kadınlar başlarına örtü takmamak istiyorlar ve kimse onları zorlayamaz Kevaşe evladı.” Bu anlayışta kullanıcı o... çocuğu diyerek erkek egemen toplumlarda kullanılan kötü kadın kavramını pekiştirmektedir. Vücudunu satarak geçimini sağlayan kadınları küçük düşüren ve onlara yapılan tüm eylemleri meşrulaştıran bu ifadede erkek, eylemlerinde bağımsız bir fail olmayı bırakmıştır. Ancak burada asıl suçlu erkeğin kendisi değil, onu bu hale getiren kadın yani annesidir. Kullanıcının kadın vücudunu temel alarak cinsiyetçi hakaretler kullandığı görülmektedir.

Eril dil teması altında erkeğin söylem alanında bulunan ‘kadın bedeni’ üzerinden bireyler ataerkil ideolojik dili kullanarak, kadının toplumsal alandaki varlığını gölgelemektedir. Verilen örneklerde anneliğin kadınlığa, kadınlığın da anneye indirgendiği söylemler mevcuttur. Kadını cinsel bir obje olarak gösteren ifadeler kullanılmaktadır. Filistinli kadınları savunurken ya da İranlı kadınlar özelinde protestolara katılırken cinsiyetçi eril dil ile kadına yönelik şiddet yeniden üretilerek pekiştirilmektedir. Bu anlamda kullanıcılardan biri kadını ana, bacı gibi sıfatlarla sınırlandırarak onun yaşam alanını daraltmaktadır. İkinci olarak kadınların özgürlük talebi “kucak” talebi olarak yansıtılmıştır ve bununla birlikte onlara karşı ırkçı bir ifadeyle Türkiye’de bulunan İranlı kadınların İran’a gitmesinin iyi olacağı belirtilmiştir. Bir başka kullanıcı ise Türkiye’de gördüğü İranlı kadınlar üzerinden oluşturduğu stereotipte onları Mahsa Amini’nin davasından uzak görmüştür. Ayrıca bir diğer Tweet’te ise mevcut durumun değişmesi halinde de kadınların esaretinin sona ermeyeceği bilâkis çatışmaların artacağı söylenerek mevcut durumun daha iyi olduğu ima edilmiştir. Son olarak ise Filistinli kadınlarla İranlı kadınlar arasında bir kıyaslama yaparak İran’daki kadınların eylemlerinin daha üstün konumda olduğunu belirtmiştir.

Kullandığımız dilin dünya görüşümüz ve algılarımızdaki dil tanımı üzerinde büyük etkisi olduğu söylenebilir. Böyle düşünülünce dil ideolojik bir araç haline gelmektedir. Burada dilin ataerkil bir ideolojiye nasıl hizmet ettiğini görmekteyiz. Dilin nasıl bir alışkanlık haline geldiğini düşünürsek, bize zararsız gelen pek çok ifadenin kadınlar için ne kadar küçümseyici ya da yok sayıcı yanları olduğunu görebiliriz. Yeni medyanın dilinde kadına yönelik cinsiyetçi ifadelerin olduğunu görüyoruz. “Kadın” vurgusu yaparak kadına karşı cinsiyetçilik yaratan ifadeler, kadını ötekileştirir ve kadını cinsel obje olarak sunmaktadır. Aynı zamanda muhafazakâr bakış açısıyla cinsel kimliğini kadınlarla saklaması gerektiğini düşündüğü için namus ve tesettür gibi kavramları övse de cinselliğini yansıtan kadınları sert bir dille eleştirmektedir. Tüm kadınların ticarileştirilmesi, kadınların el bezi olarak kullanılması, kadın bedeninin soyunan kadın olarak kullanılması gibi terimlerle kadınların cinselliğini aşırı önemseydiğini belli eden cinsiyetçi ifadelerle bunu sunmaktadır. Dolayısıyla kamuoyunu şekillendirmek ve kanaatleri yönlendirmek için çok önemli bir kitle iletişim aracı olan yeni medyada kadınların temsili cinsiyetçi bir söylemin egemenliğindedir.

3.4. Post-Truth Üretimin Nesnesi Olarak Cinsiyetçilik, Korku Siyaseti ve Korku Kültürü



Şekil 4: Post-Truth Üretimin Nesnesi Olarak Cinsiyetçilik: Korku Siyaseti ve Korku Kültürü Kod İlişkilerini Gösteren Harita

Kaynak: Yazar tarafından MAXQDA 2020 programı vasıtasıyla oluşturulmuştur.

Gerçeklik ötesi çağın (Post-truth) nesnesi olarak cinsiyetçilik konusu ele aldığımızda paylaşımlarda açığa çıkan ana temanın siyaset korkusu ile birlikte yaratmaya çalıştığı korku kültürünün altında *ajan*, *rejim karşıtlığı*, *yalan iddiası*, *korku* kodları çıkarılmıştır. Şekil 4’de görüldüğü üzere bu kodların diğer temaların kodlarıyla aralarındaki ilişki incelendiğinde ise kadın bedeni ve bir kadının ölümü üzerinden yaratılmaya çalışılan sanal gündemin kamuoyu oluşturmada kişisel duygu ve görüşlerden daha az etkili olan nesnel bilgiye dönüştürülerek gerçeklik ötesi çağın (post-truth) nesnesine dönüştürüldüğü dikkat çekmektedir.

Bu bulgu araştırmanın temel amaçları arasında yer alan “şiddetin, tahakkümün, tacizin ve hiyerarşik bir toplumsal yapının temel kaynağı toplumsal cinsiyet özeline indirgenen ataerkillik midir?” sorusunun cevabı açık bir şekilde açığa çıkarmaktadır. Çünkü gerçeklik ötesi çağda cinsiyetçiliğin üretimi ve ataerkillik söylemiyle birlikte yapılmak istenilen toplumda şiddete dayalı korku duygusunu harekete geçirerek, gerçeklere değil algılara dayalı sahte bir evren yaratmaktadır. İletişim teknolojileri değiştikçe olayları

yorumlama biçimlerinde ve bakış açılarında farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Algılar gerçeklerin yerini alarak kurgu ile gerçek arasındaki çizgi bulanıklaşmaktadır.

@as***an adlı kullanıcının yorumuna bakacak olursak “İrandaki olaylar istihbarat işi. kadın kalp krizinden ölmüş. “saçı gözüktü diye öldürüldü” argümanı ise tamamen safsata. İranlı kadınlar zaten saçları görünür vaziyette bi şal atarlar başlarına. Ama örtü kadın özgürlük vs alıcısı çok olan simgelerdir. Doğru yerden girmişler.” Mahsa Amini’nin ölümünün ahlak polisleri tarafından öldürülmediği vurgusu yapılmaktadır. Mahsa Amini’ burada bahsedilen gibi kendi fenalaşıp kalp krizinden ölmüş olabilir. Yine de 22 yaşındaki bir kadın başını örtmediği gerekçesiyle gözaltına alınıyor. Bu durum din adına yapıldığı için İslam’ın ahlak temelli öğretilerine zarar vermektedir. Kullanıcı burada birilerinin bir yerlerde bir şeylerin kavgasını ettiğinin söylüyor ve bunu da İslam adına yaparak bu gereksiz kavgasına ‘örtü’ ve ‘özgürlük’ argümanları ile meşruluk aradıklarını dile getiriyor.

@ce***77 adlı karşıt görüşlü kullanıcı ise “İranlı bir kadın arkadaşım diyor ki; çok ilginç Türk kadınlar çok sessiz, farkında değiller mi Türkiye kadınları da aynı yere sürükleniyor! Neden sesimize kulak vermiyorlar? Susma, yarın sıra sana da gelebilir! Molla rejimine hayır.’ Mahsa Amini’nin ahlak polisleri tarafından öldürüldüğü fikrine sahiptir. Kullanıcı söyleminde medya aracılığıyla birlikte bir panik havası oluşturmaktadır. Genel anlamda biz ve öteki ayrımı yaparak post truth siyaset yaklaşımında bulunmaktadır. Bu anlayışta Müslümanların askeri darbe yapacağı ve kadınları İslami kurallara tabi kılacak bir prosedür uygulanacağına dair fikir empoze edilmektedir. Aynı zamanda Frank Furedi’nin “korku kültürü” olarak tanımladığı şeyi yaratmakta ve insanları korku aracılığıyla kontrol etmeye çalışmaktadır. Bu söylem üzerinden Twitter’da ciddi bir kutuplaşma oluşturulması da bunun örneklerinden biridir. Medyanın, toplumun risk algısının şekillenmesinde ve halkın tehlike algısının artmasında kilit rol oynadığına inanılmaktadır. Yeni tehditlerle ilgili ürkütücü söylentiler insanların korku ve endişelerini artırmakla kalmaz, aynı zamanda var olan korkularını da pekiştirir ve yaşam tarzlarını değiştirmektedir. Nussbaum, tüm bunların gerçekliğin bir çarpıtması olduğunu belirtmektedir. Düşünüre göre tüm Müslümanları hafife almak, gerçekleri çarpıtmak ve toplumda yanlış farkındalık yaratmak korku durumunu ortaya çıkarmaktadır (Nussbaum, 2012: 300).

@YS***ar “İranlı kadınlar üzerinden de yapılıyor kadın çıplaklığı üzerinden de yapılıyor .. İnanın kadın çıplaklığı üzerine bile bence ajanlar var yarın bir gün namus elden gidiyor diye çok değişik şeyler olabilir ülkemizde. Herkes herkesi desteklemeli. proveke etmeden.” Propaganda, hakikat sonrası kavramının özelliği olan kitleleri harekete geçirme özelliğine sahiptir. Propaganda, bir doktrini, düşünceyi veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsemek ve yaymak için kelimelerin, yazının vb. kullanılmasıdır (TDK, 2018). Burada öne çıkan özellik, insanların algılarını şekillendirmek ve düşüncelerini sahip olunan inançlara göre manipüle etmektir. İnsanları hedeflerine yönlendirmekle ilgilidir. Buradaki temas noktası duygu ve inançlardır. İnsanların içinde yaşadıkları toplumun inançları ve duyguları onların doğrularını temsil etmektedir. Bu da hakikat sonrası bir çağda yaşadığımızı göstermektedir. Çünkü hakikat, var olan bir gerçeklik olmaktan çıkıp içinde yaşadığımız çevrenin duygu ve inançlarıyla şekillenen bir olgu haline gelmiştir. Bireyler ‘İranlı kadınlar’ özelinde yapılmakta olan tartışmalarda, kavramları gerçek dünya içeriğinden, bilgi tabanlarından ve bağlamlardan ayırmakta ve onlara sosyokültürel, ideolojik ve politik konumlarına göre anlamlar vermektedirler.

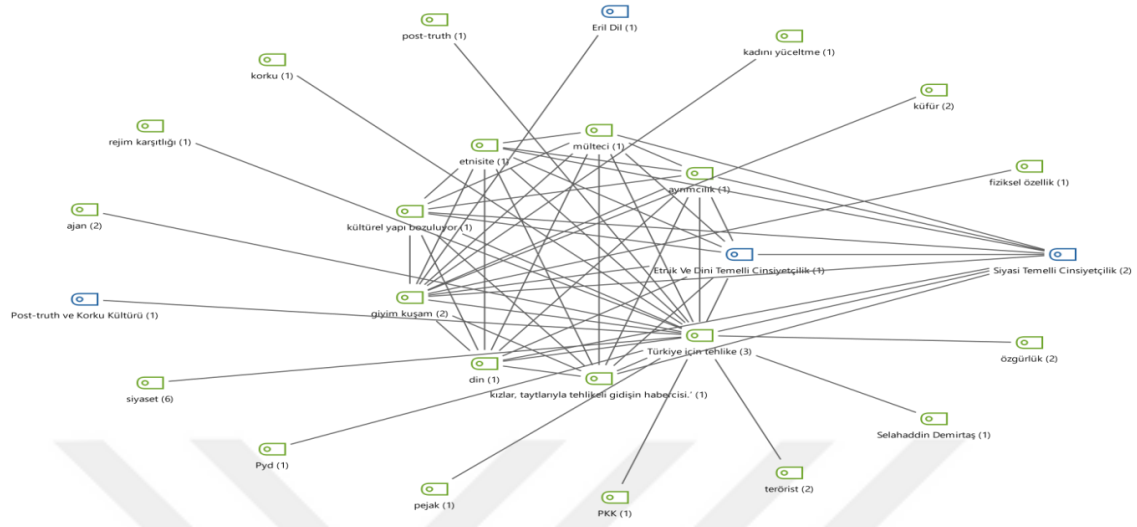
Örnek olarak yer verilen paylaşımların içeriklerinde post-truth -üretimin nesnesi olarak cinsiyetçilik: korku siyaseti ve korku kültürü temasının temas noktası duygu ve inançlar. Bu algı en basit haliyle “Mahsa Amini’nin ahlak polisleri tarafından mı öldürüldü yoksa kendi kalp krizi geçirerek mi öldü?” konusunda yapılan paylaşımlarda yer alan belirsizliklerde hakimdir. Bireyler kendi duygu ve inançları doğrultusunda doğruluk oluşturmuşlardır. Yapılan yorumlarda “Türk kadınlarına uyanın!” çağrısı yapılarak halkın tehlike algısının artmasında kilit rol oynamaktadırlar. Bir gün Türk kadınlarının da aynı şeyleri yaşayacağını dile getirmektedirler. Atılan söylemler halkın üzerinde ciddi kutuplaşmalarında oluşmasına sebebiyet vermektedir. Mahsa Amini’nin ölümü medya aracılığıyla birlikte bir panik havası oluşturmaktadır. Genel anlamda biz ve öteki ayrımı yapılarak *post truth siyaset* yaklaşımında bulunmaktadır.

Ahmed, bir nesnenin kaybından dolayı korkunun da ortaya çıkabileceğini belirtmektedir. Sevilen nesneleri kaybetmek insanda korku yaratmaktadır. Ardından korku, beden ve toplumsal alan konusuna değinen düşünür, korkunun bedenin toplumsal alanını daralttığını ifade etmektedir. Feminist bir yaklaşımdan yola çıkan Ahmed, bir bedenin diğerinden korkusunu kamusal alanda kadın üzerinden

sunmaktadır. Kadınların dışarıda uyanık olması ve onlar için en güvenli yerin ev olduğu söylemleri, kadının bedenine toplumsal sınırlar koyan söylemlerdir. “Hareketlilik siyaseti” kimden korkacağınıza ve neyden korkacağınıza karar vermektedir. Bazı bedenler özgürce hareket edebilsin diye, diğeri toplumsal alanlardan dışlanmaktadır. Korku, bedenin küçülmesine ve tehlikeli dünyadan geri çekilmesine neden olmaktadır. Bazılarının bu şekilde sınırlandırılması, diğlerinin halka açık yerlerde daha özgürce hareket etmesine yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla siyaset teorisinde korku ve özgürlük karşıt kavramlar olarak buluşmaktadır (Ahmed, 2017: 83-92).

Kitle iletişim araçları, gerçek olaylardan tamamen bağımsız bir izleyici kitlesi oluşturamaz, ancak algılar yaratarak etkili bir şekilde gündem oluşturabilmektedir. Böylelikle korku aynı zamanda hayatımızın bir belirtisi olarak kabul edilmektedir. Ahmed, korkuyu çağımızı (korku çağı, belirsizlikten kaynaklanan kaygı çağı) tanımlamak için kullanılan bir semptom olarak gördüğünü belirtmektedir. Korku ve kaygı, kontrolün kaybolmasına ve geleceğe dair umutsuzluğa neden olmaktadır (Ahmed, 2017: 93-95). Dolayısıyla bu alan tüm insan bilincinin panosu olarak binlerce bilinçaltını yansıtır. Kısacası “siber uzay” denen bu ortam herkese ev sahibi olma fırsatı sunabildiğinden pijama giyerek(!) en ciddi konular hakkında nefret söylemleri yazılabilecek alan olabilmektedir.

3.5. “Günah Keçisi” Olarak Kadın Bedeni, Etnik ve Dini Kimlik Temelli Cinsiyetçilik



Şekil 5: “Günah Keçisi” Olarak Kadın Bedeni, Etnik ve Dini Kimlik Temelli Cinsiyetçilik Kod İlişkilerini Gösteren Harita

Kaynak: Yazar tarafından MAXQDA 2020 programı vasıtasıyla oluşturulmuştur.

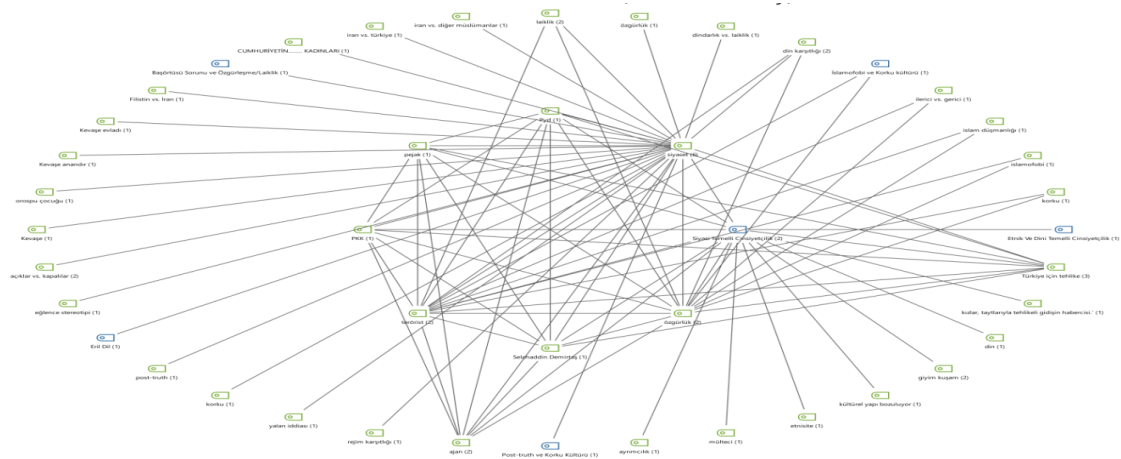
Yabancılar, göçmenler ve azınlıklar yaşadıkları ülkelerde yaşanan krizlerin suçlusu olarak görülerek “günah keçisi” ilan edilebilmektedir. Onlara karşı ırkçı olmak vatanını, devletini sevmek anlamına gelmektedir. Bu anlamda nefret de ırkçılığı yansıtmaktadır. Kendi ırkının üstün olduğunu düşünen gruplar, diğer ırkları hafife alma ve onları nefret söylemi ile küçük düşürme eğilimindedirler. Bunlar bir duygu döngüsü yaratmakta, bu döngü onlar ve bizim aramızda bir ayrılık yaratmaktadır. Böylelikle nefret duyguları, tehdit ve risk imalarıyla birlikte ortaya çıkmaktadır (Nussbaum, 2012: 317-338).

Bu bağlamda paylaşımlarda dikkat çeken bir diğer tema ise kadın bedeni üzerinden etnik ve dini temelli cinsiyetçilik temasıyla yaratılmaya çalışılan kutuplaşma ve ahlaki panik olgusudur. Şekil 5’de görüldüğü üzere paylaşımlarda özellikle Türkiye için tehlike, kızlar, taytlarla tehlikeli gidişin habercisi (InVivo), din, giyim kuşam, kültürel yapı bozuluyor, etnisite, mülteci ve ayrımcılık kodları çıkarılmış ve diğer temaların kodlarıyla aralarındaki ilişki yukarıdaki şekilde ortaya konmuştur. Toplumsal cinsiyet cinsiyete dayalı roller bağlamında kadınlığı ve erkekliği kabul edilebilir ve kabul edilemez olarak ikiye ayırsa da etnik, dinsel, politik ve sınıfsal farklılıklar arasında da işbirliği yapmaktadır. Irkçılık, etnik kimlik, din ve siyasi görüşe dayalı ayrımcılık,

sosyal medyada yeni ve çeşitli cinsiyetçilik ifadeleri kazandırmaktadırlar. Örneğin @yo***ik____ “kimse bu yazımı okuyup farklı yerlere çekmesin suan turkiyenin kültürel yapısı türk olmayanlardan dolayı bozulmakta ve giyinmeyi unutup o şekilde sokaga çıkan iranli kadınlar görüyorum buda yetmez gibi dünyanın bütün sapık mültecileride ülkemde, trafik ışıklarında sürücüye el uzatan kızlar, taytlarıyla tehlikeli gidişin habercisi.” Atılan tweet söyleminde kullanıcı mülteci hareketliliğini kontrol edilemez ifadelerle anlatmıştır. Tehlikeli gidiş olarak vurguladığı manşette Suriyeli sığınmacı kadınları, İranlı kadınların kıyafetlerini bir büyüteçle Tweet’in ortasına yerleştirmiştir. Yapılan yorumda kullanıcı İranlı kadınlar ve Suriyeli mülteci kadınların ahlaki erozyona neden olabileceğini dile getirirken kullanılan normatif dili artık normatif olmaktan çıkartarak bir nevi felaket diline dönüştürmektedir.

Bu bölümdeki analizlerde verilen örneklerdeki, trafik ışıklarında bekleyen topuklu ayakkabılı Suriyeli kadınlar vurgusu ve İranlı kadınların giyiminden kaynaklı olarak Türk kültür yapısının bozulduğuna yönelik iddia ahlaki bir korku propagandası yapıldığını göstermektedir. İranlı kadınlar ve Suriyeli kadınlar özelinde atılan tweette kadınlar ahlaka yönelik bir tehdit olarak algılanmaktadır. Bütün bu etnik, dini ve siyasi bağların ahlak ve korkuyla birleştirilmesiyle Mahsa Amini adına atılan tweette şiddet meşrulaştırılmakta ve nefret söylemi ve ayrımcılığın zemini atılmaktadır.

3.6. Post- Truth Siyaset Göstergesi Olarak Cinsiyetçilik ve Kadın Düşmanlığı



Şekil 6: Post- Truth Siyaset Göstergesi Olarak Cinsiyetçilik ve Kadın Düşmanlığı Kod İlişkilerini Gösteren Harita

Kaynak: Yazar tarafından MAXQDA 2020 programı vasıtasıyla oluşturulmuştur.

Post- truth siyaset göstergesi olarak cinsiyetçilik ve kadın düşmanlığı temasının altında özgürlük, Selahaddin Demirtaş, terörist, PKK, Pejak, Pyd ve siyaset kodları çıkarılmış ve diğer temaların kodlarıyla aralarındaki ilişki yukarıdaki şekilde ortaya konmuştur. Artan kutuplaşmalar, çatışma ve savaş, siyasi ayrımcılığın en şiddetli biçimlerinin sosyal medyada kendine yer bulmasına neden olmaktadır. @Ve***28 “İran da öldürülen Masha Amani kimdir? Suriye Pyd den İRAN a giderek pejak’a katılan masha amini PKK teröristidir. Bu olay patlak verinde iran pejaka saldırdı kuzey Irak bölgesel Kürt yönetimine füze fırlattı. Selahaddin Demirtaş destek açıklaması yaparak saçını kazıttı.” Bu ifadelerde yoğun olarak Mahsa Amini’nin ölümü etnik ve siyasi kimlikleri aşağılamak için bir hakaret temsili olarak kullanılmaktadır. Kürt kimliği de Mahsa Amini kimliği üzerinden aşağılanmaya çalışılmaktadır. Bu düşmanca söylemin Mahsa Amini kimliği üzerinden üretilmesi, hem cinsiyetçiliği hem de siyasi ayrımcılığı sinerji içinde büyötmektedir. @Er***lu adlı kullanıcının “O zaman as bayrakları as as, özgürlük için. Salınsın rüzgarda...” attığı tweette Mahsa Amini olaylarından sonra Türkiye'nin her yerinde kadınların saçlarını keserek bayrak şeklinde asması korkuya karşı bir seferberliğin ilanı olarak yorumlanabilir. Bu, korkuya karşı harekete geçirici bir ifade olarak değerlendirilebilir. Tarihsel fetih ve milli sevginin sembolü olan bayrağın, milli birliği dost ve düşmanlara göstermede büyük etkisi olmuştur. Korku, bir grup toplumun parçalarını birbirine bağlarken, diğer bir grubun özgürlüğünü bastırılmasına neden olmaktadır (Ahmed, 2017: 128-131).



Fotoğraf 2: Mahsa Amini Saçlarının Siyasi Simgesi

Kaynak: (Twitter gönderisinden alındı). Erişim Adresi: https://twitter.com/TC_SEMAOCAK Erişim Tarihi 13/08/2022

Ahmed, siyaset ve korku ilişkisine işaret ederek, korkunun bireyler tarafından bir manipölasyon aracı olarak kullanıldığını açıklamaktadır. Korku, bireysel hak ve özgürlükleri sınırlar ve baskı mekanizmalarının yaygın olarak kullanılmasına olanak sağlamaktadır. Korku ayrıca, zamanla bir kısır döngü haline gelebilecek ve böylelikle dışlanmayı da besler hale gelebilecektir (Nussbaum, 2012: 317-338).

Post- truth siyaset göstergesi olarak cinsiyetçilik ve kadın düşmanlığı teması altında Mahsa Amini'nin ölümüne karşı verilen tepkinin etnik ve siyasi anlamda bir aşağılama tutumu içerdiği görülmektedir. Bu bağlamda Mahsa Amini PKK ile özdeşleştirilerek damgalamaya tabi tutulmuştur. Aynı şekilde Selahattin Demirtaş'ın ilgili saldırıda saçını kazıtarak destek vermiş olması da örnek olarak sunulmuştur. Bu noktada kadına şiddete karşı bir hareket olarak başlayan protestoların bir noktada antipati topladığı görülmektedir. Diğer kullanıcının attığı tweet örneğinde olduğu gibi bayrak siyaset ve korku ilişkisi arasında manipölasyon aracı olarak kullanılmıştır ve bir tarafın özgürlüğü noktasında birleştirici simge olurken diğer tarafın özgürlüğünü kısıtlayan baskı simgesi olmuştur.

SONUÇ

Çalışmanın ilk bölümünde literatüre bağlı olarak bazı kavramlar açıklanmıştır. Cinsiyet ve cinsiyetçilik kavramı, şiddet kavramı, dijital şiddet ve bu kavramların cinsiyetle ilişkisi tartışılmaktadır. Bu birinci bölümün alt başlıkları ile cinsiyetçiliğin geleneksel medya söylemlerine nasıl yerleştirildiğini ve bunun yeni medya, kadınların katılımı ve medyada temsili ile nasıl karşılaştırıldığı incelenmektedir. Kurgu ve haber metinlerinde cinsiyetçilik konuları ele alınarak kadınların medyada yer alışı biçimlerine değinilmiştir. Hakikat sonrası dönem ve hakikat sonrası dönemin medya üretimi dâhil edilerek post-truth bağlamlar analiz edilmeye çalışılmıştır. Aynı zamanda hakikat sonrası bağlamlar toplumsal cinsiyet bağlamında nasıl inşa edilir? sorusu anlaşılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümü metodolojiye ayrılmıştır.

Bulgular ve analiz kısmında araştırmanın amacına uygun olarak 16 Eylül 2022 tarihinden 27 Ekim 2022 tarihleri arasında geçen 1 aylık süreci kapsayacak şekilde twitter üzerinden paylaşılan içerikler analizi tanıtılmıştır. Araştırmamızda 2020 yılı için MAXQDA programının 2020 versiyonu kullanılmıştır. MAXQDA yazılımı ile kodlama yöntemi kullanılarak 5279 tweet'te dijital şiddetin kadın ve toplumsal cinsiyet bağlamında hakikat sonrası dönemi nasıl inşa ettiğini anlamak için nitel veri analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmanın son kısmı ise Twitter'da paylaşılan içerikleri kapsamaktadır. Anlam üretimi etkinliklerin cinsiyetçi boyutları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Kadına yönelik şiddet ve toplumsal cinsiyet eşitsizliği üzerine söylemler sonucunda içerik analizinden yararlanarak nitel bir analiz yürütülmüştür.

Bulgular kısmında ilk olarak islamofobi ve cinsiyetçilik teması ortaya çıkmıştır. Bu temanın altında Mahsa Amini olaylarından sonraki Twitter paylaşımları incelenmiş ve araştırma amacına göre istenilen konu ile ilgili çok sayıda paylaşım bulunmuştur. Bu mesajların doğrudan veya dolaylı olarak İslamofobik nitelikler taşıdığını ortaya konulmaktadır. Analizde gözlemlenen göstergelerin çağrışımları, ideolojik nefreti anlamayı mümkün kılmaktadır. İncelenen Tweet'lerden, insanların çoğunlukla birbirlerini karalamak için kullandıkları hakikat sonrası siyasetinin ideolojik nefret yaymak için kullanıldığı açıkça görülmektedir. İslamofobinin günümüzde bu kadar etkili olmasının başlıca sebepleri, İslam'ın radikalleştiği ve İslam'ın kadın düşmanlığı yoluyla kadınlara yönelik baskıyı teşvik ettiği iddialarıdır. Dolayısıyla marjinalleşme,

ayrımcılık, şiddet ve kadına yönelik önyargı konuları bu tema içerisinde yer almaktadır. Hayatın her alanında kendine yer bulmak için daha çok çalışmak zorunda olan kadınlar; Cinsiyet sosyal koşullarından, erkek düşüncesinin güçlerinden veya biyolojik faktörlerden daha fazla etkilenmektedirler. Ayrıca kadınlar İslamofobi algısı nedeniyle çifte ayrımcılığa maruz kalmaktadır. Bu araştırma sonucunda sosyal medya aracı olan Twitter’da paylaşılan Mahsa Amini hashtagli paylaşımların hakikat sonrası içerikleri barındırdığını ve içeriklerin İslamofobiye yaymak için etkili bir araç olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda sosyal medya ve geleneksel medya üzerinde bu kadar islamofobik olayların sebebi medyanın İslam’a yönelik kadınları hedef alarak oluşturduğu imajdan da kaynaklanmaktadır. Medyada yer alan namus cinayetleri, kadın cinayetleri vb. haberlere rastlamaktayız. Böylece toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin ve kadın düşmanlığının artmasına da yol açmaktadır.

Kadın bedeninin politikleştirilmesi: özgürleşme ve laiklik teması altında ise Türkiye bağlamında kadın özgürlüğü ve kadın hakları tartışması örtünme pratiğinden başlayıp genişlemektedir. Kadın söz konusu olduğunda günümüz tartışmalarının üçgen noktası özgürlüktür denilebilir. Özellikle kadın talebinin özü “özgürlük”tür. Bu tema altında kadın özgürlüğü dinden özgürlük olarak anlaşılmaktadır. Bir tarafta örtünerek özgür olduğunu iddia edenler, diğer tarafta ise örtünen kadınların ikincil konuma düştüğünü iddia eden kesim söz konusu olmaktadır. Atılan söylemlere göre din, kadına bağımlılığı tek bir biçime indirgeyerek içselleştirmeye meşruiyet sağlamakta, böylece tek tanrılı bir ideoloji olarak özgürleşmeye ve kendini gerçekleştirmeye çalışan tüm kadınların insan olması gerektiğini düşünmekte, yaşamı sınırlandırmakta ve insanı kendine yabancılaştırmaktadır.

Din ve özellikle İslam, özgürlük tartışmasının merkezinde görünmektedir. Bu bağlamda kadın özgürlüğünün önündeki bir diğer engel de İslam’ın başörtüsü aracılığıyla kadını görünmezlik ve suskunluk sembolü haline getirdiğini vurgulayan örtüdür. Bu nedenle başörtüsü ve peçe bu tweetler özelinde sıklıkla bir özgürlük sorunu olarak ele alınmaktadır. Din aynı zamanda kadınlar için ataerkil, sömürücü ve baskıcı olarak görüldüğünden, kadınların haklarının korunması için başörtüsü gibi dini sembollerin kadınlardan arındırılması gerektiği görüşü hâkimdir. Bu fikirle bağlantılı olarak kültürel, sınıfsal ve dinsel farklılıkların baskısı altındaki bir erkeğe ekonomik olarak bağımlı eğitimsiz bir kadın imajı oluşturulmakta ve başörtülü bir Müslüman kadının

sessizliği, modern bir başörtüsüz kadının konuşmalarıyla ifade edilmektedir. Dolayısıyla başörtüsü nefret ve şiddetin nedeni olabilmektedir. Yeni medyanın bu nefreti besleyen bir dili var. Burada atılan Tweetler, İslam ve kadına yönelik şiddetle ilgili konuşmaların arttığını göstermektedir. Başörtüsü, laik değerin en önemli direklerinden biri olan toplumsal cinsiyet eşitliğinin açık bir ihlali olarak görülmektedir. Yeni medya bu tür algıların şekillenmesinde çok önemli bir rol oynamaktadır. Yeni medya, tekrarlama ve çoğaltma süreçleri aracılığıyla olayları gerçekte olduğundan tamamen farklı bir şekilde tasvir edebilir. Tepki malzemesi olarak Mahsa Amini olayları kullanılmıştır. Bu olaylar aracılığıyla, medyanın kadına yönelik şiddet ve tehdit anlayışı güçlenmektedir. Dolayısıyla başörtülü kadınlar inanç ve tercihleri doğrultusunda kontrol edilmek istenirken, diğer yandan kendi kararlarını veremeyecekmiş gibi kusurlu ve eksik bir tür olarak resmedilmektedir. Bu nedenle kadınlar kimlikleri ve inançları nedeniyle ruhsal ve fiziksel şiddete maruz kalmaktadır.

Bir diğer tema ise paylaşımlarda cinsiyetçi eril dilin üretimidir. Bu tema altında kadınlar için farklı kimlikler öngörölmüştür. Bu kimlikler cinsiyetçilik yaratan ifadelerdir. Soyunan ve örtünen kadın için hakarete varan ölçüde saldırılar söz konusudur. Bu kadınlar için, kadını yüceltme, eğlence stereotipi, açıklar vs. kapalılar, küfür-fiziksel özellik, kevaşe, orospu çocuğu, kevaşe anandı, kevaşe evladı ve Filistin vs. İran şeklinde ifadeler kullanılmıştır. Kadının cinselliğine bakış namus anlayışıyla kınanmıştır. Dolayısıyla dil ideolojik amaçlara hizmet etmektedir ve dilin cinsiyetçiliği ile toplumun cinsiyetçiliği arasında paralellik olduğu görölmektedir. Ataerkil ideolojik dilin kullanılması, kadının toplumdaki konumunu muğlaklaştırmaktadır. Sonuç olarak araştırmanın hipotezlerinin doğrulandığı görölmektedir. Sosyal medya hayatımızın önemli bir bölümünü kapsamaktadır. Sembolik şiddet, yaşamımızda karşılaşılabileceğimiz, yaygın olarak kullanılan bir şiddet olarak karşımıza çıkmaktadır.

Post truth üretimin nesnesi olarak cinsiyetçilik: korku siyaseti ve korku kültürü çerçevesinde ise Türkçe'ye post-truth olarak çevrilen post-truth terimi, bu bağlamda, kamuoyunu şekillendirmede kişisel duygu ve görüşlerden daha az etkili olan nesnel bilgiye karşılık gelmektedir. Bu dönemdeki duygusal aktivasyon, gerçeklerden çok algıya dayalı sahte bir evren yaratmaktadır. Gerçeklik ötesi çağın (Post-truth) nesnesi olarak cinsiyetçilik konusu kadın bedeni ve bir kadının ölümü üzerinden yaratılmaya çalışılan sanal gündemin kamuoyu oluşturmada kişisel duygu ve görüşlerden daha az

etkili olan nesnel bilgiye dönüştürülerek gerçeklik ötesi çağın (post-truth) nesnesine dönüştürüldüğü dikkat çekmektedir. Bu sonuç, çalışmanın ana hedeflerinden biridir: "Şiddetin, tahakkümün, tacizin ve hiyerarşik toplumsal yapının ana kaynağı olan ataerkillik, toplumsal cinsiyet özgüllüğüne mi indirgeniyor?" Sorunun cevabını netleştirmektedir. Çünkü gerçekliğin dışında bir çağda cinsiyetçi ve ataerkil bir söylem inşa etmek isteyen toplumda şiddete dayalı bir korku duygusunu harekete geçirerek gerçeklerden çok algıya dayalı sahte bir evren yaratılmaktadır. Böylelikle iletişim teknolojileri de değişikçe yorumlama yöntemlerinde ve bakış açılarında farklılıklar da meydana getirmektedir. Algılar gerçeğin yerini aldığı anda kurgu ile gerçeklik arasındaki çizgi de bulanıklaşmaktadır.

Günah keçisi olarak kadın bedeni: etnik ve dini kimlik temelli cinsiyetçilik teması altında ise yabancılar, göçmenler ve azınlıklar yaşadıkları ülkelerdeki krizlerden sorumlu tutulabilmektedirler ve "günah keçisi" de ilan edilebilmektedirler. Onlara göre ırkçı olmak vatanını sevmek demektir. Bu anlamda nefret ırkçılığı da yansıtır. Kendi ırkından yana olan gruplar, diğer ırkları küçümseme ve onları nefret söylemiyle aşağılama eğilimindedir. Onları bizden ayıran bir duygu sarmalı yaratırlar. Bu, tehlike ve riskin eşlik ettiği bir öfke duygusu yaratır. Irkçılık, etnik kimlik, din ve siyasi görüş temelli ayrımcılık aynı zamanda sosyal medyada cinsiyetçiliğin yeni ve farklı tezahürlerini de sunmaktadır. Sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlarda görülmektedir ki İranlı kadınların ve Suriyeli mülteciler özelinde toplumda ahlaki erozyona neden olabilecekleri ve kullanılan normatif dilin yıkıcı bir dile dönüştürebileceğini de göstermektedir. Dolayısıyla Tweetlerdeki Türkiye'nin kültürel yapısının bozulduğu iddiası, manevi korku propagandası yapıldığını göstermektedir. Özellikle İran ve Suriye'deki kadınları hedef alan paylaşımlarda, kadınlar ahlak için bir tehdit olarak görülmektedir. Tüm bu etnik, dini ve siyasi bağları ahlak ve korkuyla bir araya getiren Mahsa Amini adına atılan paylaşımlar, şiddeti haklı çıkarmakta, nefret söylemi ve ayrımcılığa zemin oluşturmaktadır.

Post truth siyaset göstergesi olarak cinsiyetçilik ve kadın düşmanlığı temasında son yıllarda halka korku kültürü aşılayan kitle iletişim araçları ve yeni medya kanalları, korku içindeki toplumları daha kolay manipüle edebildiğini keşfetmiştir. Politik, sosyal ve duygusal olarak korku, toplumdaki en güçlü ve ikna edici güçtür. Toplumları birleştiren, dayanışmayı güçlendiren korku, artık toplumları bölmekte, parçalamakta ve

ayrıştırılmaktadır. Korku duygusu bazen manipölasyon için kullanılabilir. Bu noktadan hareketle duyguların nasıl politize edildiğini, toplumsallaştırıldığını, bütünleştirildiği ve marjinalleştirildiği anlaşılmaya çalışılmaktadır. Korku duygusu ve onun siyaseti hakkındaki düşüncelerini açıklayan Sara Ahmed, “savunmacı korkuyu” bir “duygusal etki siyaseti” olarak araştırmaktadır. Düşüncelerini kaygı ve korku arasındaki ilişkiyi keşfederek açıklamaya çalışan Ahmed, ardından korku ve beden arasındaki ilişkiye değinmektedir ve son olarak korkunun gücü sürdürmedeki önemini araştırmaktadır. Ahmed, korkunun gelecekle ilgili olduğunu çünkü yaralanma ve zarar beklentisini içerdiğini söylemektedir. Korktuğumuz şeyler bizi şimdi etkilemez, onlar zaten bizi etkiler, tıpkı gelecekteki acılar gibi. Kaygıya neden olan şey bir nesne değildir, insan zihni farklı nesneler arasında hareket ederken kaygı hissini daha güçlü yaşamaktadır (Ahmed, 2017: 83-86).

Araştırma sonucunda Mahsa Amini olaylarından sonra ortaya çıkan fikir, tepki ve önerme söylemlerinde cinsiyet eşitsizliğini devam ettiren ve derinleştiren ideolojik ve toplumsal yapıların dilde kök saldığı tespit edilmiştir. Buna ek olarak Mahsa Amini olaylarından sonra yeni medya ortamında başlayan bilgi akışı, olayların nedenlerine ışık tutmaktadır. Olayın hemen ardından başlayan bilgi akışı, sanal kimlikleri üzerinden şiddet içeren bilgiler yayan kişiler tarafından manipöl edilmektedir. Böylelikle şiddet içerikli ve etik olmayan bilgiler toplumda korkuya sebebiyet vermektedir. Aynı zamanda bu durum sürekli bilgiye maruz kalan günümüz insanında istenmeyen tepkileri ortaya çıkarmaktadır. Yeni medya ortamına katılan kişiler, sahip oldukları bilgi ve deneyimleri, zihinsel ve sosyal deneyimleriyle birleştirerek öngörülemeyen davranışlar sergilemeye başlamaktadırlar.

Bulgularda ele alınan örneklerin açıkça ortaya koyduğu gibi, sosyal ağlar nefret söyleminin üretildiği ve yayıldığı merkezler haline gelebilmektedir. Bunun temel nedenlerinden biri sosyal ağların yasal kontrol mekanizmalarının yetersiz olmasından kaynaklanmaktadır. Twitter'da ifade özgürlüğü çerçevesinde nefret söylemini meşrulaştırmaya çalışmakta yasal incelemeyi zorlaştırmaktadır. Yeni medya toplumsal anlamda somut tepkilere yol açabilmektedir. Sabit ve değişmez kimlikler olarak inşa edilen biz ve onlar arasındaki fark, Tweet'lerde görünür hale gelmektedir. Ayrımcılık ve önyargı yüklü “öteki” imajının yanı sıra, çalışmada incelenen tweetlerde göçmenler de nefret söyleminin kurbanı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çalışmada seçilen etiketler üzerinden İslamofobi, cinsiyetçi ve göçmen karşıtı söylemlerin yeniden üretildiği fikri çalışma boyunca ortaya konulmuştur. Araştırmada incelenen katkılarının mevcut toplumsal cinsiyet sistemine katkı sağlayan söylemler ürettiği görülmüştür. Bu bağlamda, mevcut toplumsal cinsiyet rejiminin eleştirel, kınayıcı ve neredeyse isyankâr yönlerini dile getiren Twitter kullanıcıları, oluşturdukları içerikleri ideolojik olarak binlerce kez aynı veya bazen tamamen aynı içerikleri paylaşarak cinsiyetçiliği ve kadına şiddeti tekrarlamışlardır. Araştırmada, sosyal medya platformları tarafından Twitter'da paylaşılan kullanıcı kaynaklı içerikler arasında, özellikle anonim hesaplar tarafından daha doğrudan tehdit edici ve cinsiyetçi bir dille üretilen içeriklerin, hashtag'lerin (#) her tweet'e yerleştirilerek kolayca çevrimiçi olarak yayımlandığı da tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

- Afşar, S. T. (2015). Türkiye'de Şiddetin “Kadın Yüzü”. *Journal of Economy Culture and Society*(52), 715-753.
- Ahmed, S. (2017). *Duyguların Kültürel Politikası*. (S. Komut, Çev.) İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Akca, E. B. (2011). *Erkeklik Çalışmalarına Teorik Bir Çerçeve: Feminist*
- Akçay, H. (2011). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı: Gümüşhane ÜNiversitesi Üzerine Bir Araştırma. (33), s. 137-161.
- Akmeşe, Z. (2014). Kadına Yönelik Cinsiyetçi Söylemin İnternet Haber Portallarında Yer Alma Biçimleri. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* .
- Aksan, D. (2007). *Her Yönüyle Dil (Ana Çizgileriyle Dilbilim)*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Alankuş, S. (2009). *Yeni Habercilik Arayışları: Hak Odaklı Habercilik*. İstanbul: İPS İletişim Vakfı.
- Alankuş, S. (2012). *Kadın Odaklı Habercilik*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Alpay, Y. (2020). Hakikat Askıda. *Pasajlar Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 13-16.
- Altındal, S. S. (2015). Medyada Kadın Cinayeti Haberlerindeki Cinsiyetçi İzler. *Akdeniz İletişim Dergisi*(24), 168-188.
- Arkonaç, S. A. (2017). *Psikolojide Söz ve Anlam Analizi Niteliksel Duruş*. İstanbul: Siyaset Yayınları.
- Atakul, S. (2002). Popüler Feminist Bir Yayın Deneyimi: Kadınlara Mahsus Gazete. *Ankara Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Atay, T. (2012). *Çin İşi Japon İşi Cinsiyet ve Cinsellik Üzerine Antropolojik Değiniler*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Atmaca, A. Ö. (2016). ABD’nin Hakikat Ötesi Başkanı: Donald Trump. *Academia*.
- Aysel Aziz, E. K. (1994). Medya, şiddet, ve kadın: 1993 yılında Türk basınında kadınlara yönelik şiddetin yer alış biçimi. *T.C. Başbakanlık Kadın ve Sosyal Hizmetler Müsteşarlığı, Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü*.
- Aziz, A. (2005). Türkiye'de Kadın ve Medya Çalışmaları. *İletişim Çalışma Dergisi*.
- Baç, M. (2020). Hakikatin Savuşturulması, Ötelenmesi ve Geri Dönüşü Üzerine. *Pasajlar Sosyal Bilimler Dergisi*(4), 17-34.

- Başkale, H. (2016). Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenirlik ve Örneklem Büyüklüğünün. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1, 23-28.
- Bauman, Z. (2011). *Bireyselleşmiş Toplum*. (Y. Alogan, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bayrak, T. (2017). Sosyal Medyada Dijital Etik: Twitter'da Şiddet İçerikli İletilerin İncelenmesi. *DergiPark Akademik*(1), 32-46.
- Beauvoir, S. d. (1946). *Le Deuxieme Sexe II: Experience* . Paris: Editions Gallimard.
- Beauvoir, S. d. (1999). *Kadın I -Genç Kızlık Çağı*. (B. Onaran, Çev.) İstanbul: Payel Yayınevi.
- Benjamin, W. (2010). Şiddetin Eleştirisi Üzerine. *Metis Yayınları*. (Z. Direk, Çev.) İstanbul.
- Berktaş, F. (2000). *Tek Tanrılı Dinler Karşısında Kadın:Hristiyanlık'ta ve İslamiyet'te Kadının Statüsüne*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Bhasin, K. (2003). *Toplumsal Cinsiyet / Bize Yüklenen Roller*. İstanbul: Kadın Dayanışma Vakfı Yayınları.
- Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmaları*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Binark, M. v. (2015). Eleştirel Medya Okuryazarlığı: Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar. (A. D. Yazgan, Çev.) İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Butler, J. (1980). *Mass Media:The Image, Role, and Social Conditions of Women. A collection and analysis*. Paris: United Nations Educational Scientific and Cultural Organization 7, Place de Fontenoy, 75700.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble Feminism and the Subversion of Identity*. London: Routledge.
- Butler, J. (2008). *Cinsiyet Belası Feminizm ve Kimliğin Altüst Edilmesi*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Büyükbakkal, C. I. (2020). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya. *International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS)*, 2(5), 434-447.
- Büyükkantarcıoğlu, S. N. (2012). Söylem İncelemelerinde Eleştirel Dilbilimsel Boyut Eleştirel Söylem Çözümlemesi ve Ötesi, Haberi Eleştirmek içinde. (Ö. Özer, Dü.)
- Canatan, K. (2007). *Batı Dünyasında İslamofobi ve Anti-İslamizm*. Ankara: FCR Yayınları.

- Ceren Zeliha Onay, L. K. (2021). Dijital Oyunlarda Kadın ve Erkek Temsilinin Toplumsal Cinsiyet İşaretleri Bağlamında Değerlendirilmesi. *Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(41), 955-993.
- Connell, R. W. (1998). *Toplumsal Cinsiyet ve İktidar: Toplum, Kişi ve Cinsel Politika*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Coşgun, M. (2021). Post Truth: Hegemonyanın Yeni İdeolojik Aygıtı. *Akademik Hassasiyetler*, 67-82.
- Creswell, J. W. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. (S. B. Mesut Bütün, Çev.) Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çakır, S. (2019). Kadın Tarihi Araştırmaları Türkiye Bibliyografyası. *İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi*(22), 95-132.
- Çalışlar, M. N. (2007). Medyada Durumu Tersine Çevirmek, Kadın Odaklı Habercilik. (S. Alankuş, Dü.) *Mediz Yayınları*.
- Çelebi, N. (1990). *Kadınlarımızın Cinsiyet Rolü Tutumları*. Konya: Sebat Ofset.
- Çömlekçi, M. F. (2019). Hakikat-Ötesi Dönemde Medyaya Güven: Uluslararası Raporlar Üzerinden Bir İnceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(49).
- Dabbs, J. M. (1982). Varieties of Qualitative Research. Making Things Visible . *Beverly Hills*.
- Demirbaş, B. (2021). Goffman'ın Damgalama Kuramı Bağlamında Türkiye'de Covid-19 Süreci ve Yaşlılar Üzerine Bir Söylem Analizi. *Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İnsan ve Toplum Bilimleri Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul.
- Deniz, Z. A. (2015). Kadına Yönelik Cinsiyetçi Söylemin İnternet Haber Portallarında Yer Alma Biçimleri. *DergiPark Akademi*, 8(1), 311 - 326.
- Dilmen, N. (2007). Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri-Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları. *DergiPark Akademi*, 12(12), 113 - 122.
- Dingin, A. E. (2020). Kadına Yönelik Şiddet Haberlerinin Kamuoyuna Etkisi:Üçüncü Aşama Gündem Belirleme Çalışması. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*(Sayı: 15).
- Direk, Z. (2007). *Judith Butler: Toplumsal Cinsiyet ve Bedenin Maddeleşmesi Cinsiyetli Olmak*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Doğan, D. (2013). Yeni Medyada Demokrasi, Sosyal Medya İfade Özgürlüğü için Dost Mu Düşman mı? 1. *Ulusal Kongre İçinde*. Kocaeli: Yeni Medya Çalışmaları: Kuram, Yöntem, Uygulama ve Siyasa.

- Doğan, R. (2014). Kadına Yönelik Şiddetin Bir Türü Olarak, Israrlı Takip (Stalking) Kavramı ve Suçu. *DergiPark Akademik*(2), 135 - 154.
- Dökmen, Z. Y. (2010). *Toplumsal Cinsiyet, Sosyal Psikolojik Açıklamalar*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Dursun, Ç. (2008). Kadına yönelik aile içi şiddet ve haber medyası: Alternatif Bir Habercilik. *Academia*.
- Durudoğan, H. (2009). *Psikanaliz ve Kadın, Cinsiyetli Olmak: Sosyal Bilimlerde Feminist Bakışlar*. (Z. Direk, Dü.) İstanbul.
- Durudoğan, H. (2011). Biyolojik Cinsiyet-Toplumsal Cinsiyet ve Cinsel Arzu Kesişiminde Cinsellik. Cinsel Eğitim Tedavi ve Araştırma Derneği (CETAD) ve Türkiye Aile Sağlığı ve Planlaması Vakfı.
- EIGE. (2017). *Cyber Violence Against Women and Girls*. [http://eige.europa.eu/rdc/ 6](http://eige.europa.eu/rdc/6/eige-publications/cyber-violence-against-womenand-girls) eige-publications/cyber-violence-against-womenand-girls adresinden alınmıştır.Erişim Tarihi 12.08.2022.
- Erdoğan, M. (2020). Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü Medyada Cinsiyete Dayalı Ayrımcılıkla Mücadele Medya İzleme Grupları . *Uzmanlık Tezi*. Ankara: KSGM Yayınları.
- Erdoğan, M. T. (2010). Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Sağlanmasında Medya Okuryazarlığının Rolü. Ankara: Başbakanlık Kadının Sorunları ve Statüsü Genel Müdürlüğü Uzmanlık tezi.
- Erten, Y. (1996). Saldırganlık, Şiddet ve Terörün Psikososyal Yapıları. *Cogito*, 6-7.
- Ezel Tavşancıl, A. E. (2001). *İçerik Analiz ve Uygulama Örnekleri*. İstanbul: Epsilon Yayınları.
- Friedan, B. (1979). *The Feminine Mystique* . New York: Penguin Classics; 1. basım .
- Fuchs, C. (2014). *Sosyal Medya - Eleştirel Bir Giriş*. (S. Gönül, Dü., & İ. K. Diyar Saraçoğlu, Çev.) Ankara: Nota Bene Yayınları.
- Galtung, J. (1969). *İnsan Hakları Başka Bir Açıdan Bakış*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Gerbner, G. (1978). Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media içinde. 46-50. (A. K. Gaye Tuchman, Dü.) New York: Oxford University.
- Gökhan Arastaman, İ. Ö. (2018). Nitel Araştırmada Geçerlik ve Güvenirlik: Kuramsal Bir İnceleme. *YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi* , 37-75.
- Güler, D. (1991). Kitle İletişim Araçlarının İletişim Özellikleri. *Kurgu Dergisi*.
- Güngör, S. (2001). Althusser'de İdeoloji Kavramı. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*.

- Habermas, J. (2001). *İletişimsel Eylem Kuramı*. (M. Tüzel, Çev.) İstanbul: Kabalıcı Yayınları.
- Hall, S. (2005). *Encoding/Decoding Culture, Media, Language*. (Z. N. Kahveci, Çev.) Academia.
- Hansen, A. (2000). *İçerik Çözümlemesi, İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi*. (M. Çebi, Çev.) Ankara: Alternatif Yayınları.
- Hewson, C. P. (2003). *Internet Research Methods*. London, Thousand Oaks ve New Delhi: Sage Publication.
- Hosta, G. G.-N. (2013). Basında Kadına Yönelik Şiddet Haberlerinin Analizi: Hürriyer, Sabah ve Posta Gazeteleri Örneği (2005-2008). *International Journal of Social Science*, 2(6), 1829-1850.
- Howell, J. (2021). *Onay Önyargısı*. <https://tr.groinstrong.com/confirmation-bias-188> adresinden alınmıştır.Erişim Tarihi 18.07.2022.
- Huberman, M. B. (2019). *Nitel Veri Analizi* (Cilt 3). (A. E. Sadegül Akbaba Altun, Çev.) Pegem Akademi.
- İmançer, D. (2006). *Toplumsal Cinsiyet Oluşumuna İlişkin Kuramsal Yaklaşımlar, Medya ve Kadın*. Ankara: Ebabil Yayınları.
- İnceoğlu, Y. (2004). Medyada Kadın İmajı. *Kadın Çalışmalarında Disiplinlerarası Çalışma* .
- Karaboğa, T. (2016). Dizi İzleyicilerinin Televizyon Dizilerinde Sunulan Tüketim Unsurlarına Yönelik Eğilimleri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(27), 182-208.
- Karagöz, K. (2018). Post Truth Çağında Yayıncılığın Geleceği. *TRT Akademi*, 3(6), 678-708.
- Keskinkaya, E. (2021). Gerçekliğin Yeniden İnşasında Sosyal Medya ve Hakikat Ötesi Düşüncenin Simbiyotik İlişkisi. *Peer Reviewed, International, e-Journal*(11).
- Keyes, R. (2017). *Hakikat Sonrası Çağ Günümüz Dünyasında Yalancılık ve Aldatma*,(Çev.Deniz Özçetin,Delidolu Yayınları.
- Kıran, S. B. (1999). Reklamlarda Kadına Yönelik Şiddet. *Alan Yayıncılık*. İstanbul.
- Korkut, E. (2017). *Söz ve Kimlik Söylemler Bize Ne Söyler?* Ankara: Seçkin Yayıncıları.
- Kozinets, R. (2002). The Field Behind the Screen: Using Netnography for Marketing Research in Online Communities. *Journal of Marketing Research*, 39, s. 1-20.
- Köker, E. (2007). Kadınların Medyadaki Hak İhlalleriyle Baş Etme Stratejileri. *KIV Yayınları*.

- Köktürk, M. (2020). Post-Truth ya da Mağaraya Dönüş. *Pasajlar Sosyal Bilimler Dergisi*(4), 35-55.
- Köse, A. (2010). Türk Basınında Kadın: 2010 Türkiye’inde Sosyal Haklar Açısından Kadınların Temsili, . *Sosyal Haklar Uluslararası Sempozyumu III* (s. 401-418). Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi.
- Krefting, L. (1991). *Rigor in Qualitative Research: The Assessment of Trustworthiness*. (Cilt 45). The American Journal of Occupational Therapy.
- Lincoln, E. G. (1982). *Competing Paradigms in Qualitative Research* (Cilt 2). Handbook of qualitative research.
- Marshall, G. (1999). *Toplumsal Hareketler, Sosyoloji Sözlüğü*. (D. K. Osman Alp, Çev.) Bilim ve Sanat Yayınları.
- McIntyre, L. (2018). *Post-Truth (The MIT Press Essential Knowledge series)*. Cambridge, Massachusetts: The Mit Press.
- Mcintyre, L. (2019). *Hakikat Sonrası*. (M. F. Biçici, Çev.) İstanbul: Tellekt Can Sanat Yayınları.
- Merriam, S. B. (2013). *Nitel Araştırma Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber*. (S. Turan, Çev.) Ankara: Nobel Yayınları.
- Mike Chrzanowski, D. L. (2012). Using Twitter to Predict Voting Behavior. *Research Gate*.
- Mutlu, E. (2004). *İletişim Sözlüğü* (Cilt 4). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Nussbaum, M. C. (2012). Interview with Marta Nussbaum, Political Emotions, Why Love Matters for Justice? *Journal of Phenomenology and Mind*, 161-165.
- Oktay, A. (2002). *Türkiye’de Popüler Kültür*. İstanbul: Everest Yayınları.
- Özdemir, Y. D. (2015). Taciz Anlatılarında Cinsiyetçi Söylemlerin Yeniden İnşası:#sendeanlat. *Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 2(2), 80-103.
- Özgür, A. Z. (1996). Reklam Filmlerinde Görünen Kadınların İşlevsel Roller. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Kurgu Dergisi*, 14(23), 233-240.
- Özkök, Ö. (2019). Sosyal Medyada Sanal Kimlikler; Sosyal Medya Fenomenlerinin Benlik Sunumları Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Kültür Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi*.
- Öztürk, E. (2016). *Feminist Teori ve Tarihsel Süreçte Türk Kadını*. İstanbul: Rağbet Yayınları.

- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*. New York: Penguin Books.
- Pavlik, J. V. (2013). *Yeni Medya ve Gazetecilik (Journalism and New Media)*. (B. K. Müge Demir, Çev.) Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Poster, M. (2000). *İkinci Medya Çağı*. (Ö. Ö. Karasar, Çev.) 3A Yayınları.
- Q.Patton, M. (2014). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*. Ankara: Pegem Yayınları.
- Robert Bogdan, S. K. (1992). Qualitative research for education: An introduction to theories and methods. *Research Gate*.
- Sancar, S. (2009). *Erkeklik: İmkansız İktidar Ailede, Piyasada ve Sokakta Erkekler*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Sarıbay, A. Y. (2004). *Global Toplumda Din ve Türkiye*. Everest Yayınları.
- Sayın, B. (2020). Post Truth Çağında Hakikati Yeniden Anlamlandırma İmkânı Olarak Sanat: Hakikatsi'den Hakikate Dönüş. *Pasajlar Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 131-175.
- Sönmez, A. (2007). Kültür ve Siyasette Feminizm Yaklaşımlar. *Kadın Çalışmaları Dergisi*.
- Sönmez, Ö. (2022). Sosyal medyada kadına yönelik cinsiyetçi söylem: #erkekyerinibilsin Twitter akımı örneği. *DergiPark Akademi*(11), 397 - 415.
- Stanley J. Baran, D. K. (2012). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*. Boston: Wadsworth.
- Statista, T. S. (2017). Twitter Statistics & Facts .
- Suveren, Y. (2022). Günümüz Dünyasında Kadın Düşmanlığı (Mizojini) ve Görünümleri. *Sakarya Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi*, 1, 19-36.
- Şavran, G. (2013). Fenomenoloji ve Fenomenolojik Sosyoloji. S. Suğur içinde, *MODERN SOSYOLOJİ TARİHİ*.
- Şener Büyüköztürk, Ö. E. (2018). *Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Şimşek, H. (2011). Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliğinin Kadın Üreme Sağlığına Etkisi:Türkiye Örneği. *Deü Tıp Fakültesi Dergisi*, 25(2), 119-126.
- Şimşek, M. E. (2016). *Modernite, Postmodernite ve Bauman*. İstanbul: Belge Yayınları.
- Şimşek, V. (2018). Post-Truth ve Yeni Medya:Sosyal Medya Grupları Üzerinden Bir İnceleme. *Global Media Journal Tr Edition*, 8(16).

- Şimşekcan, N. T. (2018). Toplumsal Cinsiyete Dayalı Şiddetin Başka Bir Biçimi: Siber Şiddet. *YÜKSEK LİSANS TEZİ*. Mersin.
- Tanrıöver, U. (2006). Medyada Kadın Temsili, Uçan Haber. *Uçan Süpürger Kadın Dergisi*.
- Tanrıöver, U. (2008). *Medyada Cinsiyetçiliğe Son (!)*. İstanbul: Mediz Yayınları.
- Taşcıoğlu, S. G. (2018). Özgecan Aslan Cinayetinin Dijital Platformlarda Yansıması: Ekşi Sözlük Üzerine Bir İnceleme. *Docplayer*.
- TDK. (1998). Türkçe Sözlük. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- TDK. (2018). Türkçe Sözlük. *Türk Tarih Kurumu Basımevi*. Ankara.
- Tesich, S. (1992). Government of Lies. *The Nation*. .
- Timisi, N. (1998). *Medyada Cinsiyetçilik*. Ankara: TC Başbakanlık Kadın Statüsü Sorunları Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Tuchman, G. (1978). The Symbolic Annihilation of Women by the Mass Media. (G. Tuchman, Dü.) *Culture and Politics*, pp 150–174.
- Turner, G. (2016). *İngiliz Kültürel Çalışmaları*. (Ö. D. Burak, Çev.) Ankara: Heretik Yayınları.
- Uluocak, Ş. (2014). Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği ve Kadına Yönelik Şiddet. *Paradigma Yayınları*. Ankara.
- Ünsal, A. (1996). Genişletilmiş bir şiddet tipolojisi. *Cogito*, 29-36 .
- Vatandaş, C. (2020). Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerinin Algılanışı. *Sosyoloji Konferansları*. 0, s. 29 - 56. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Vatandaş, S. (2020). Toplumsal Cinsiyet Roller ve Kalıpyargıları Bağlamında Kadının Medyada Metalaştırılması. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 0(36), 747-784.
- WHO. (2016). *Definition and Typology of Violence*. <https://www.who.int/violenceprevention/approach/definition/en/> adresinden alınmıştır. Erişim Tarihi 20.08.2022.
- Wood, J. T. (2009). *Gendered Lives: Communication, Gender and Culture* . Boston: wadsworth Cengage Learning.
- Yağmur, H. (2015). Sosyal Medyanın Siyaset ve Kamuoyunu Yönlendirmedeki Rolü. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetim Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*. Konya.

- Yasemin Karaca, N. P. (2011). Reklamlardaki Kadın İmgesi: Ulusal Televizyon Reklamlarına İlişkin Bir Değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 479-500.
- Yengin, D. (2012). *Yeni Medyaya Eleştirel Bakış*. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Yengin, H. (2009). *Kitle Kültürü, Medya ve Kadın Bedeni*. Kocaeli: Kocaeli İletişim Fakültesi.
- Yeniçeri, B. (2019). Sosyal Medyada Cinsiyetçi Söylemin Üretimi: Twitter Üzerine Bir İnceleme. *Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi*.
- Yıldırım, E. (2019). Sosyal Medyada Kadınlara Yönelik Şiddet. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kadın Çalışmaları Anabilim Dalı*. İstanbul.
- Yumlu, K. (1994). *Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaları*. İzmir: Nam Basım Yayınları.
- Yüksel, E. (2001). *Medyanın Gündem Belirleme Gücü*. Konya: Çizgi Yayınları.

ÖZGEÇMİŞ

Ad Soyad: Gülsüm TÖNGEL	
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	Sakarya Üniversitesi
Fakülte	Fen Edebiyat Fakültesi
Bölümü	Sosyoloji Bölümü
Makale ve Bildiriler	
1. Töngel, Gülsüm (2022). “ <i>Korkuyorum Anne Filminde Hegemonik Erkeklik Eleştirisi.</i> ” International Social Sciences Studies Journal, Vol:8, Issue:93; pp:11-21.	